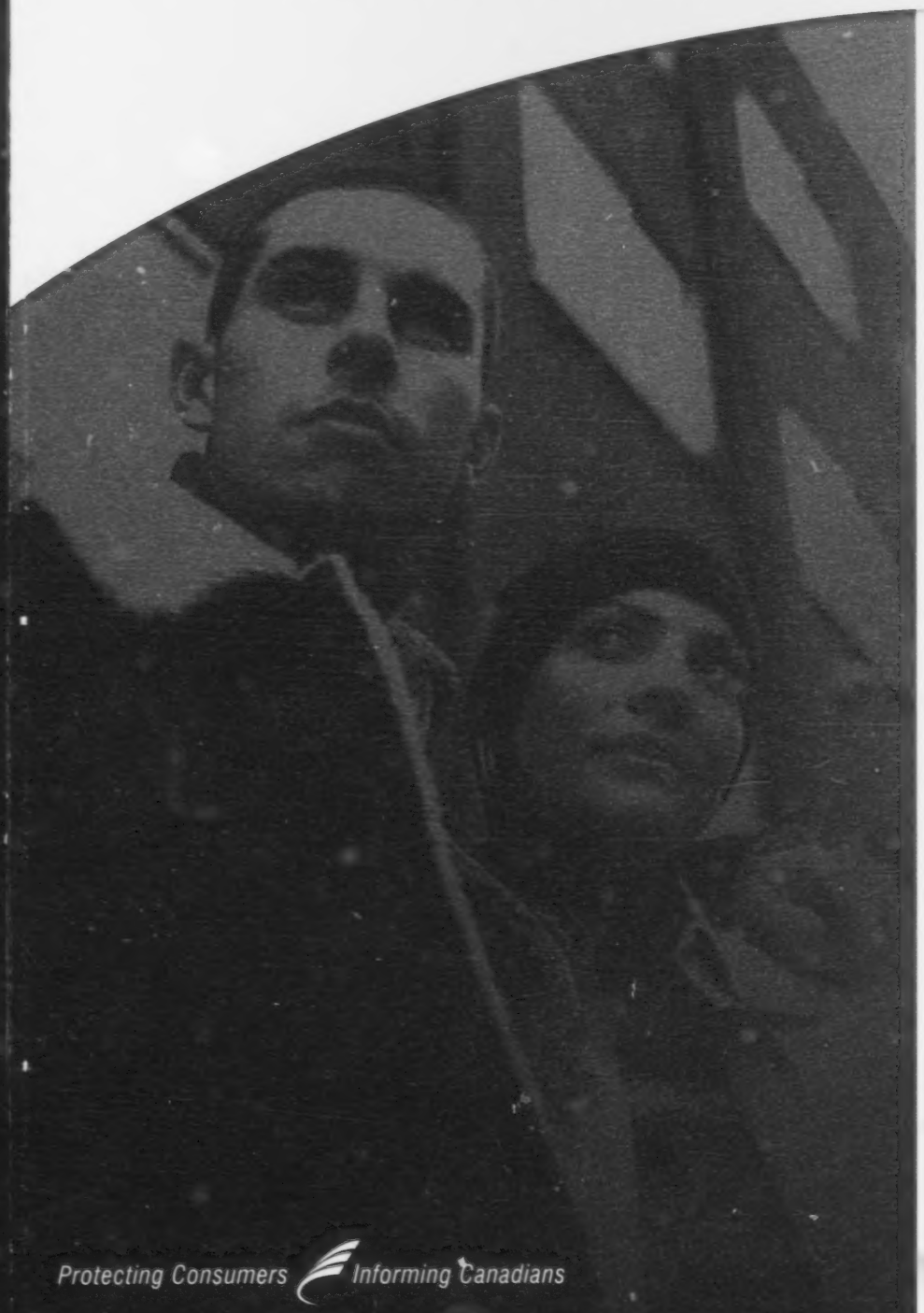
Financial Consumer Agency of Canada
Agence de la consommation en matière financière du Canada

Value for Canadians



ANNUAL REPORT
2004 – 2005

Protecting Consumers *Informing Canadians*

Canada

OUR **MISSION**

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is committed to improving Canada's financial marketplace by:

- supervising financial institutions efficiently and effectively with respect to meeting their obligations to consumers; and
- providing information that enables consumers to understand their rights and make informed financial decisions.

Contact information

To request additional information, make comments or obtain further copies of this publication, please contact FCAC.

Telephone (Consumer Contact Centre)	1-866-461-3222 (toll-free)
Fax	1-866-814-2224 (toll-free)
E-mail	
for information	info@fcac.gc.ca
for publications	pub@fcac.gc.ca
for media requests	media@fcac.gc.ca
Web site	www.fcac.gc.ca
Postal address	Financial Consumer Agency of Canada Enterprise Building, 6th Floor 427 Laurier Avenue West Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)

Cat. No.: FC1-2005
ISBN: 0-662-69071-0

106-00294/

Contents

Letter from the Commissioner 3

The year in review

Overview 8
Consumer Education and Public Affairs Branch 10
Compliance and Industry Relations Branch 18

Value for Canadians

Issues that concern Canadians 23
Addressing Canadians' concerns 40
FCAC's operations 42
FCAC's performance 46

Financial statements 52

List of charts, tables and figures 67

Appendices

A: Glossary 69
B: Consumer provisions and regulations / Status of current regulations 72
C: Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC 77

Financial Consumer Agency of Canada
Agence de la consommation en matière financière du Canada

Enterprise Building, 6th Floor
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

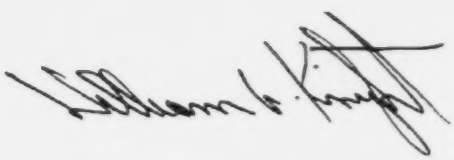
September 23, 2005

The Honourable Ralph Goodale, P.C., M.P.
Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0M6

Dear Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period from April 1, 2004, to March 31, 2005, its third full year of operation.

Yours truly,



William G. Knight
Commissioner

Canada

Letter from the Commissioner

March 31, 2005, marked the end of the Financial Consumer Agency of Canada's third full year of operation. The past three years have been an important period, during which we worked to build a strong and effective agency from the ground up. Now we are moving into a new phase: we have an established organization with a clear understanding of the needs of Canadian consumers.

Drawing on our experience, we have better defined the Agency's role as a regulator of market conduct in the federally regulated financial services sector. And with three full years behind me as the first Commissioner of the Financial Consumer Agency of Canada, today I am able to comment on market conduct in the sector, and what it means to Canadian consumers.

As they participate in an increasingly complex financial marketplace, consumers face considerable challenges. In such a marketplace, clear and accurate consumer information is essential to making informed choices, as is appropriate market conduct. As a market conduct regulator, our job is to ensure that all participants in the system have the information they need. A fundamental cornerstone of an effective market conduct system is, in consequence, proper disclosure.

The Financial Consumer Agency of Canada was created by Parliament to protect Canadian consumers, and to ensure that they have the information they need to actively participate in and strengthen the financial services marketplace. With our dual mandate to protect and inform, we fulfill an important function that is indispensable to a healthy, competitive and fair marketplace.

I am proud of what we have achieved in providing Canadians with information that was previously unavailable or difficult to obtain. Following are some of the outstanding accomplishments, issues and goals that marked the past fiscal year.

During 2004–05, the Financial Consumer Agency of Canada broke new ground by identifying consumer information gaps and creating new tools to fill those gaps.

In December 2004, for example, the Agency launched an on-line branch-closure database; this contains dates and locations of more than 700 Canadian bank branch closures dating back to February 2002. While the information on such closures had been previously disclosed by the banks through their annual Public Accountability Statements, this was the first time that all the details had been assembled and made available to consumers in one place and in real time. It is also the first time that the information has been housed in a searchable database. Consumers are not the only ones to benefit from the accessibility of this information; researchers, consumer groups and other players in the financial marketplace can now identify areas that need financial services.

In March 2004, the Agency launched another first-ever tool: an on-line complaint-handling database. This gives consumers easy access to the step-by-step complaint procedures of any Canadian bank or federally regulated trust, loan or insurance company. Many institutions had procedures in place before the Agency came into being, but consumers had little help in determining what steps were involved, whom they should contact at each step, and what their alternatives were if they could not resolve a dispute with their financial institution by internal means. For the first time ever, consumers now have an up-to-date, interactive tool to help them navigate the complaint-handling process of any of the federally regulated financial institutions in Canada.

In addition to these interactive consumer resources, the Financial Consumer Agency of Canada is breaking ground in other significant ways. In 2003–04, the Agency began reviewing bank mortgage documents to determine whether the mortgage prepayment penalty clauses were clear and accurate. As a result of the review, in 2004–05 several banks took steps to ensure that their mortgage penalty clauses use clear language and include all the information needed by borrowers to determine such costs. Through our work with the industry in this area, consumers now receive much clearer disclosure information.

In my view, both the Agency and the industry must be transparent. When something goes wrong, the financial institutions involved should step forward and address the issue openly. With greater awareness of problems, consumers and the industry can identify inappropriate market conduct and work together in their own capacities to improve the system.

During 2004–05, I publicly named and assessed Administrative Monetary Penalties against two financial institutions that had not complied with federal consumer protection legislation. In November 2004, I announced that an institution had violated the *Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations* by failing to fully disclose in writing the nature and amount of the non-interest fee for changing the frequency of mortgage payments. In the second decision, I announced that another institution had violated the *Cost*

of Borrowing (Banks) Regulations by placing advertisements in its retail branches that indicated an interest rate on a mortgage without disclosing the term of the loan. I levied a penalty of $50,000 in the case of the first institution and $30,000 in the case of the second.

In addition to our work in the marketplace, the Financial Consumer Agency of Canada is striving to reach still more Canadians and improve our own best practices internally.

In October and November 2004, the Agency partnered with the Canada Revenue Agency and Social Development Canada in an initiative that brought information about banking rights and the benefits of direct deposit to more than 7 million Canadians. With the Financial Consumer Agency of Canada as the lead, the partners distributed information with all GST rebate, Child Tax Benefit, Old Age Security and Canada Pension Plan cheques. As a direct result, over 230,000 more beneficiaries signed up for direct deposit, a safer and faster way to receive their money.

Another notable event of this past fiscal year was my appearance before the Senate Standing Committee on Banking, Trade and Commerce. I was delighted to appear before the Committee and share with the Senators some of the important work the Agency is doing, along with the contributions we have made during the past three years. I also addressed some points raised by the Senators about significant issues facing Canadian financial consumers today, and I discussed the information gaps that the Financial Consumer Agency of Canada may be able to fill in these areas. Some of the topics raised included payday loans, credit card solicitation practices and the growing problem of fraud linked to electronic banking.

Payday loans are a concern that I have highlighted since the first annual report of the Agency in 2001. The payday loans industry has been expanding remarkably quickly, and its services attract growing numbers of consumers. To ensure that consumers have ready access to clear and accurate information, the Agency has developed a brochure explaining the additional expense involved in using payday loans. The brochure also contains information about other short-term funding options offered by regulated financial institutions, such as lines of credit, bank loans and overdraft protection. With our partners, we will continue to explore the reasons behind the growth of payday loan companies so that we can best inform consumers about their choices.

To make sound decisions, consumers need information. That is why I will continue to monitor the solicitation practices of the industry in the area of credit cards. In the past year, financial institutions have offered credit cards with "rates as low as" rather than specifying the actual rates. In my view, this practice is not acceptable. Before they apply for a credit card, consumers must be told what the rate of interest will be. Without full disclosure, Canadians cannot shop around and make informed choices.

Consumers must also be aware not only of rates and fees, but of the risks they face with any financial service or product. As increasing numbers of Canadians turn to on-line banking, our job will be to ensure that consumers are aware of the risks involved.

The Agency will closely monitor new electronic or on-line products that offer consumers the option of paying for goods directly from their bank accounts. Next year, we will report to Parliament on the progress of a new public commitment made by the banks to protect consumers from fraud and unauthorized transactions that may result from using the on-line payment system.

During 2005–06, I hope to continue working with the industry and our partners on these and other important issues. In particular:

- We will complete the analysis of a "mystery shopping" exercise performed to gauge compliance with the *Access to Basic Banking Services Regulations*.
- With Social and Enterprise Development Innovations and with the Policy Research Initiative, we will co-host the first-ever national symposium on the topic of financial capability.
- We will continue to work with our international colleagues on sharing best practices as regulators of the financial services industry and its market conduct in each of our countries.

In closing, I would like to thank our partners, our stakeholders and the financial institutions we regulate for their ongoing cooperation and responsiveness.

I also thank my staff for the tremendous energy and creativity they bring to their work. Through their dedication to the vision of the Agency and their commitment to protecting consumers, they continue to be a source of inspiration.

William G. Knight, Commissioner

Financial Consumer Agency of Canada

THE YEAR IN **REVIEW** 01

Overview

At the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC), our work is guided by our vision of a fair and competitive financial marketplace in which Canadians can easily obtain reliable information to help them make sound financial decisions. After three full years of operation, the Agency has reached a state of development that affords it a clear understanding of the needs of Canadian financial consumers and allows it to function effectively as a regulator of market conduct.

MAKING A DIFFERENCE TO CONSUMERS

FCAC works proactively to inform Canadians about financial matters. Through our oversight and monitoring of the federally regulated financial services industry, we improve the marketplace for consumers.

During 2004–05, we continued to use a wide range of methods to tell Canadians about their rights and responsibilities in the financial marketplace. We distributed more than 500,000 copies of our consumer publications, in print as well as through our Web site. We also upgraded the Web site, adding to it two new databases designed to keep consumers informed.

Over the year, we expanded our ongoing plain-language initiatives. We updated our plain-language publications on the *Access to Basic Banking Services Regulations*. With other government departments, we worked to help Canadians with low levels of literacy understand their financial rights.

In addition, our work on informing consumers involved mortgage document improvements, consumer fraud alerts, service-fee monitoring, outreach through trade shows and conferences, and participation in international forums on market conduct regulation.

LISTENING TO CANADIANS

An ongoing FCAC priority is listening to consumers and responding to their concerns. As a result of our outreach initiatives, the Consumer Contact Centre handled 26,145 telephone calls in 2004–05. This was a startling increase of 69 percent over the previous year and more than double the number handled during 2002–03, our first year of operation.

Information collected from consumer contacts helps FCAC to update and improve the "Questions and Answers" section of our Web site—an increasingly comprehensive source of current financial consumer information.

We also continue to monitor what consumers think about our Contact Centre service. We will conduct a survey examining consumer satisfaction with the service during 2005–06.

REGULATING MARKET CONDUCT

Openness and disclosure are essential tools in keeping consumers informed. Transparency also reminds financial institutions that they are under scrutiny. For these reasons, we publish the Commissioner's major decisions on the FCAC Web site. By such means the Agency exerts a clear influence on the behaviour and responsiveness of financial institutions.

The Compliance and Industry Relations Branch undertook several other initiatives in 2004–05, including a mystery shopping exercise on access to basic banking and an update of the compliance framework.

DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION

FCAC is a relatively new organization. As we develop our programs, we continue to cover matters never dealt with before. Previously, several federal entities shared responsibility for overseeing the financial sector; when the Agency formed, multiple responsibilities were consolidated within FCAC's mandate, making oversight much more effective. An overall compliance framework now guides federally regulated financial institutions on how to respond to problems of compliance with consumer-oriented provisions. As a regulator of market conduct, the Agency systematically monitors compliance.

These are a few of the ways in which FCAC is having an impact on Canada's financial services sector and consumers. We will continue to build on our foundations to meet Canadians' demand for information and assistance as they participate daily in the financial marketplace.

During 2004–05, we continued to use a wide range of methods to tell Canadians about their rights and responsibilities in the financial marketplace. We distributed more than 500,000 copies of our consumer publications, in print as well as through our Web site.

Consumer Education and Public Affairs Branch

INFORMING CANADIANS

During 2004–05, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch maintained its focus on giving Canadians the information they need to function effectively in the financial marketplace.

The Branch's proactive approach provides unique value for all Canadians. We furnish consumers with independent, objective information about a variety of financial products and services, and also about appropriate market conduct in the financial sector. FCAC has introduced new tools, such as the branch-closure database and the complaint-handling database; these further empower Canadians by providing timely and useful information. We promote the use of plain language in the financial services industry to make information easy to understand, and we disseminate it in creative, cost-effective ways through our outreach initiatives.

Information products and tools for Canadians

Plain-language initiatives

To fulfill its mandate of protecting and informing consumers, FCAC works to help *all* Canadians—including those with lower literacy levels—understand the financial information given to them.

Since its beginnings, FCAC has been active in a variety of plain-language initiatives. The Agency has produced several plain-language publications for audiences with lower literacy levels. We have developed relationships with other plain-language organizations and have participated in targeted outreach opportunities.

As well, FCAC has focused on building internal expertise with plain-language communication by having FCAC staff attend literacy conferences, undergo specialized plain-language training and attend focus-testing sessions with lower-income, lower-literacy Canadians.

- ***Understanding the needs of lower-literacy Canadians***

  According to the International Adult Literacy Survey, 22 percent of adult Canadians have serious problems comprehending any printed material at all. Another 24 percent are capable of only simple reading tasks.[1]

- ***Focus testing***

  During 2003–04, FCAC conducted focus groups to find out how lower-income and lower-literacy consumers reacted to two of the Agency's printed brochures: *Opening a Personal Bank Account* and *Cashing your Government of Canada Cheque for Free* (see *Annual Report 2003–2004*, p. 11). The testing helped the Agency understand how these consumers use and understand its materials, and how the information can be made more accessible for them.

[1] *Reading the Future: A Portrait of Literacy in Canada*, Statistics Canada, 1996.

In 2004–05, FCAC used the findings from the focus-testing sessions to revise and redesign its brochures. The response has been positive: one of the brochures, *Cashing your Government of Canada Cheque for Free*, was recently selected to be a core publication in Service Canada offices across the country.

Along with Human Resources and Skills Development Canada (HRSDC), in February and March 2005 FCAC participated in a new round of focus testing with lower-literacy Canadians. The sessions tested a joint publication of the two organizations on Registered Education Savings Plans.

- *Collaboration with other plain-language experts*
  FCAC maintains close relationships with external plain-language experts. Since 2003, an independent editorial board has reviewed the Agency's plain-language publications for readability. This approach continued during 2004–05.

  The Agency also works with the Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français (FCAF). This organization has helped the Agency assess the literacy levels of our publications and has provided recommendations on how to make them more accessible to lower-literacy consumers.

  FCAC staff have contributed to FCAF's "Towards Clearer Communications" forums across Canada (see p. 14) by sharing our focus-testing findings with other plain-language experts.

- *Working with the industry*
  FCAC has entered into an agreement with MasterCard Canada to undertake a project improving the clarity of credit card disclosure documents. The project will examine 14 English and French solicitation/application forms and will evaluate the literacy level needed to understand them. The evaluation findings will guide the development of recommendations and revision of the forms.

Publications

- FCAC issued revised versions of its two plain-language publications: *Opening a Personal Bank Account* and *Cashing your Government of Canada Cheque for Free*.

- In view of the popularity of FCAC's on-line guide, *The ABCs of Mortgages*, the Agency issued a print version. The guide covers:
  - understanding mortgages;
  - consumers' rights and responsibilities;
  - applying for a mortgage; and
  - the do's and don'ts of mortgages.

- During the past year, FCAC developed a brochure for consumers entitled *The Cost of Payday Loans*. Originally available in electronic format, the publication proved so popular that the Agency issued a print version. *The Cost of Payday Loans* helps consumers understand:
  - payday loans and how they work;
  - whether payday loans affect credit ratings;
  - how to find out what a payday loan costs;

- how the cost of a payday loan compares with that of other credit products; and
- how to prevent problems and save money.

Chart 1 shows the distribution of FCAC publications during 2004–05. Including both print publications and electronic downloads, the total volume increased by 61 percent from 2003–04.

Chart 1: Distribution of FCAC publications[1]

[1] Not included in the number of publications downloaded are 14,880 downloads of documents that were authored by FCAC but not originally intended for release to the public, such as FCAC's *Compliance Framework*.

Surveys and studies

- In February 2005, FCAC hired an independent research company, Ipsos-Reid, to determine:
  - why consumers might not have a chequing or savings account;
  - why consumers use payday loan services or cheque-cashing outlets;
  - whether consumers had been turned down when applying to open an account and whether they knew why they had been refused; and
  - consumers' level of familiarity with the Agency.

  FCAC will use the survey findings to help build consumers' financial knowledge and awareness of their rights and focus outreach activities.

- During 2004–05, FCAC staff carried out a service-fee monitoring study and prepared a report on changes in banking service fees. The study's objective was to better understand the trends related to retail banking service fees in Canada from June 2001 to June 2004. Trends were identified at the national and provincial levels, as well as by individual institution. FCAC will update the study in 2005–06.

Web site resources

During 2004–05, the FCAC Web site averaged close to 1,300 visitors per day, almost doubling the daily average for the previous year (see **Table 1**). There were more than 450,000 visits to the site during the year, up from 254,854 in 2003–04. The annual number of visits to the Web site has more than tripled since our first full year of operation in 2002–03.

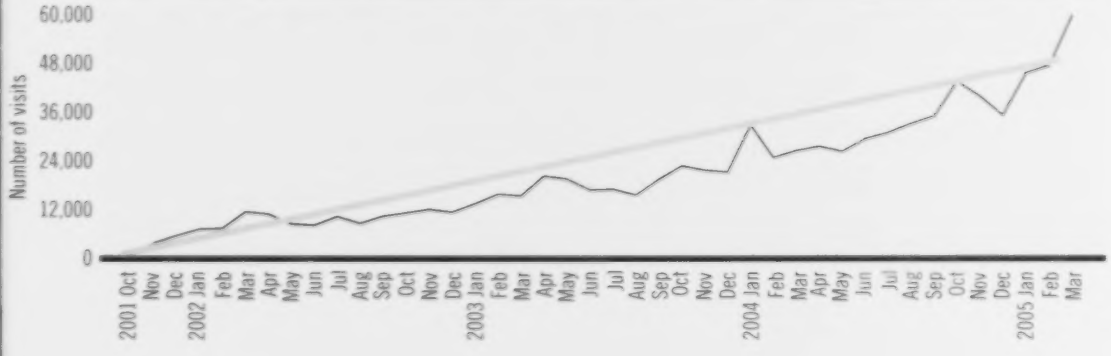
Visits to the Web site peaked at 59,612 in March 2005, at least partly as a result of the advertising campaigns in that month. The FCAC publication most frequently downloaded was *Credit Cards and You*, followed by the brochures (both old and new versions) describing Canadians' rights when opening a bank account. In all, there were 342,810 downloads from the Web site during 2004–05.

Table 1: FCAC Web site usage

	2002–03	2003–04	2004–05
Number of visits[1]	132,197	254,854	458,253
Average number of visits per day	362	696	1,300
Number of visits to FCAC quizzes	—	6,593	11,652
Number of visits to Cost of Banking tool	—	14,744	7,492

[1] The number of visits is the total number of times that visitors came to FCAC's site. If a visitor is idle longer than 30 minutes, the visit is considered to be terminated. If the visitor continues to browse the site after being idle for more than 30 minutes, a new visit is counted.

Chart 2: FCAC Web site visits per month, since launch



FCAC complaint-handling database

Launched in March 2005, the complaint-handling database is a Web-based tool that helps consumers find and understand the complaint-handling procedures for specific financial institutions. Users can search by type of financial institution or by the name of a bank, insurance company, loan company, retail association or trust company.

FCAC branch-closure database

With the on-line branch-closure database, consumers can view branch closures by date, location or financial institution. They can also find the location of branches to which their accounts have been moved.

On-line guides and tools

In March 2005, we updated and reissued two of our major on-line publications, *Credit Cards and You* and the *Cost of Banking Guide*. A comprehensive guide, *Credit Cards and You* helps consumers compare the various credit cards available in Canada, as well as the service fees that apply to certain transactions. The *Cost of Banking Guide* helps consumers find the banking service packages that best suit their needs.

Commissioner's decisions

To meet its objectives of transparency and disclosure, in 2004–05 FCAC again posted the Commissioner's final decisions on compliance cases on the FCAC Web site.

Questions and Answers

The "Questions and Answers" section of FCAC's Web site is one of Canada's most extensive consumer resources for information about financial issues. During 2005–06, FCAC will revise the "Questions and Answers" user interface to make it more user-friendly.

Outreach

As a relatively small organization, FCAC must work hard to deliver information to Canadians. With unstinting support from our partners, the Agency's outreach work has been gaining in scope, specialization and sophistication.

Plain-language outreach

- FCAC participated in "Towards Clearer Communications"—a project organized by the Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. The project involved cross-Canada forums to raise awareness of the benefits of plain language when communicating to the public at large. By participating in the forums, we shared our experience in creating documents for people with low levels of literacy.

- In a series of pilot workshops, FCAC representatives used our freshly completed "Train the Trainer" manual to provide information about the Agency and the *Access to Basic Banking Services Regulations*. Promoting plain-language principles, the manual was designed to be accessible to newcomers and Canadians with lower levels of literacy.

The 26 workshops were held in Toronto at YMCAs, adult day schools, adult co-op centres and employment centres. The target audiences were new Canadians, landed immigrants and novice investors. The workshops reached more than 790 people directly during 2004–05.

- FCAC and HRSDC jointly mounted a National Homelessness Initiative pilot project. FCAC organized workshops for service providers who deal with at-risk and homeless people in the Kitchener-Waterloo and Cambridge areas. The three workshops supplied information to 32 service providers and 20 at-risk individuals.

Cheque inserts

Through partnerships with the Canada Revenue Agency and Social Development Canada, during 2004–05 FCAC reached 7.5 million consumers. We distributed to them information about consumers' rights to a bank account, access to low-fee accounts and the direct-deposit option for federal government cheques.

The information was inserted in mailings of all GST rebate, Child Tax Benefit, Old Age Security and Canada Pension Plan cheques issued in October and November 2004. As a result, more than 230,000 Canadians switched to direct deposit for their GST and Child Tax Benefit cheques. This gave them a safer and faster means of getting their money, while lowering costs for taxpayers.

FCAC keeps up with emerging issues such as e-mail and Web site fraud, and informs consumers about them through the "Consumer Alerts" section of its Web site.

Consumer alerts

FCAC keeps up with emerging issues such as e-mail and Web site fraud, and informs consumers about them through the "Consumer Alerts" section of its Web site. This year, the Agency issued alerts on topics such as fraudulent "phishing" e-mails and viruses. It also provided information for Jetsgo customers who had purchased tickets with their credit cards.

Presentation to staff of Members of Parliament

FCAC organized a one-hour, bilingual presentation for MPs' staff who deal with constituents. Entitled "Parliament and FCAC: Helping Canadian Financial Consumers," the presentation introduced FCAC and explained its role and mandate. Many MPs' constituency offices now carry FCAC publications for distribution to the public.

Financial Forums

Since 2003, FCAC has attended the Financial Forum Investor Conferences and Exhibitions, sharing space with the Canada Deposit Insurance Corporation. The events are an opportunity to make Canadian investors more

aware of the Agency. Forums were held in early 2005 in Toronto and Vancouver, together attracting approximately 6,000 participants.

International Forum on Financial Consumer Protection and Education

The FCAC Commissioner attended the second meeting of the International Forum on Financial Consumer Protection and Education, held in Ireland in October 2004. At the Forum meeting, more than 17 member countries shared information on consumer protection and consumer awareness of the financial services sector.

Canada Pavilion

At the 2004 Festival of Lights in Charlottetown, FCAC participated in the Canada Pavilion, offering the 19,000 festival-goers an introduction to the Agency. Funded by Public Works and Government Services Canada, each summer the touring pavilion showcases federal government organizations at venues across the country. During the coming year, FCAC will reach even more Canadians by participating in a larger number of such shows in cities all over Canada, broadening the scope of its outreach and achieving a much greater public presence.

Advertising

In March 2005, FCAC ran "Connect to the Source," a bilingual advertising campaign intended to raise Canadians' awareness of the services offered by the Agency. The campaign covered major cities across Canada through a variety of print and on-line media, including the popular Web site www.canoe.ca. Some 6.95 million consumers were reached through the print media and more than 1.2 million through the Internet.

Consumer Contact Services

Consumer Contact Services (CCS) is responsible for managing all communications that FCAC receives from consumers, whether by telephone, e-mail, letter or personal visit. CCS is often the first point of contact between a consumer and the Agency. Its highly trained staff ensure that:

- consumers are treated properly and professionally;
- consumers' inquiries or complaints are assessed correctly;
- the right information is provided promptly; and
- each consumer's issue is assigned appropriately within FCAC for handling.

Most Canadians contact FCAC through the toll-free telephone number maintained by the Consumer Contact Centre. Centre representatives answer questions and offer assistance in both official languages from 8:30 A.M. to 6:00 P.M., Eastern time, Monday through Friday. Callers may leave a message after hours, on weekends and on statutory holidays. Their messages are answered on the next business day.

For more details about Consumer Services operations, see p. 49.

Media relations

FCAC considers the media a key channel for giving the public access to important financial information. During 2004–05, the Agency responded to many calls from journalists seeking information about the issues faced by financial consumers. As a result, FCAC received more than 200 media mentions, enabling us to reach over 20 million Canadians with vital information about the financial marketplace.[2] This type of coverage is by far the most cost-effective way for FCAC to inform Canadians about their rights and raise their awareness of the Agency.

In coverage of FCAC, the top three issues that the media wrote about were credit card problems, service fees, and two major Commissioner's decisions publicly naming FirstLine Mortgages and the Laurentian Bank as having violated federal legislation that protects financial consumers.

Looking forward

During 2005–06, the Consumer Education and Public Affairs Branch will continue to focus on providing Canadians with understandable, objective information. We will highlight important rights and issues for consumers, such as the *Access to Basic Banking Services Regulations* and how these regulations safeguard their rights to essential banking services.

A second focus will be on promoting a clearer definition of the issue of "financial capability" as it relates to Canadians, and on fostering consumers' ability to handle their money effectively, no matter what their income level. With Social and Enterprise Development Innovations and with the Policy Research Initiative, FCAC will jointly host a national symposium that will work toward developing a better understanding of the level of financial capability as it exists in Canada, and of what needs to be done to enhance and increase it.

Finally, through existing as well as new partners, we will continue our outreach work to inform Canadians about their rights, and to tell consumers about FCAC and how they can benefit from our services.

[2] FCAC calculates its overall media "impressions" by adding up the circulation numbers of the various media in which the Agency was mentioned. In some cases, it was not possible to ascertain the circulation numbers for certain media, in which case nothing was added to the overall total.

Compliance and Industry Relations Branch

PROTECTING CONSUMERS

FCAC's Compliance and Industry Relations Branch monitors and enforces the legislation that protects consumers when they deal with financial institutions. On finding an institution to be in violation of a consumer provision, the Commissioner may implement one or more of the following enforcement measures: Letter of Reprimand, Compliance Agreement or Administrative Monetary Penalty.

Commissioner's major decisions

In November 2004, the Commissioner publicly announced that two federally regulated financial institutions had been found in violation of legislation that protects financial consumers. The Commissioner imposed fines totalling $80,000 on these institutions.

- FirstLine Mortgages, a division of CIBC Mortgages Inc., was fined $50,000 for violating paragraph 8(1)(*q*) of the *Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations*. The institution did not fully disclose in writing the nature and amount of the non-interest fee for changing the frequency of mortgage payments. As a result of FCAC's intervention, all FirstLine Mortgage customers were provided with a fee schedule.

- Laurentian Bank of Canada was fined $30,000 for violating subsection 19(1) of the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. The bank had placed advertisements in its retail branches that indicated an interest rate on a mortgage without disclosing the term of the loan, as required by the Regulations.

  Immediately after FCAC's intervention, Laurentian Bank removed the advertisements from its branches. The bank also amended its internal policies on in-branch advertisements to ensure future compliance with the Regulations.

MBNA case

In March 2004, MBNA Canada Bank filed an application for judicial review and an appeal in the Federal Court of Canada against the decision by the Commissioner to issue a penalty of $50,000 for a violation of subsection 11(1) of the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. The Commissioner had determined that the wording of credit card application forms indicating a "rate as low as" was in violation of the Regulations in that it failed to disclose an annual interest rate.

As a result of the bank's application for judicial review, the Court ordered the decision to be quashed, based on a procedural technicality. The court did not address the substance of the issue contained in the appeal. FCAC has since refined its case-processing procedures to take into account the decision of the Court and increase its efficiency in dealing with such situations in the future.[3] The updated procedures will become effective during 2005–06.

[3] For details of the decision of the Federal Court of Canada on this case, see: http://decisions.fct-cf.gc.ca/fct/2004/2004fc1665.shtml

Other decisions by the Commissioner

The following decisions by the Commissioner show how FCAC protects and informs consumers, and how it promotes transparency in the financial services industry. The decisions are representative of those published on the FCAC Web site in 2004–05. They involve cases in which the Commissioner made a final decision about a violation of regulations, or about non-compliance with a code of conduct or a public commitment.

- **Failure to provide a disclosure statement on a regular basis**

  A consumer contacted FCAC to report that, although he had been carrying a balance on his credit card, he was not receiving disclosure statements. An investigation revealed that, for approximately 10 months, the bank had failed to provide the client with monthly statements as required by the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. As a result, a Letter of Reprimand was issued, noting one violation against the bank.

  The bank discovered that a "statement hold" message had been incorrectly placed on the client's profile. After correcting the error for the client, the bank reviewed its internal procedures to ensure that statements are mailed to customers as required.

- **Failure to cash a federal government cheque**

  A bank refused to cash a federal government cheque for a non-customer who presented valid identification and met the prescribed conditions set out by the *Access to Basic Banking Services Regulations*. The bank subsequently failed to provide a written notice of refusal to the client. As a result, a Letter of Reprimand was issued, noting two violations against the bank.

  In response to FCAC's intervention, the bank enhanced the training course for new employees to place greater emphasis on the Regulations. It also distributed a message to all branch managers and employees, drawing attention to the requirements of the Regulations.

- **Failure to disclose charges and conditions**

  An annual examination by FCAC revealed that a bank had failed to display and make available a written statement of the conditions for opening an account and cashing a federal government cheque, as required under the *Access to Basic Banking Services Regulations*. The bank had also failed to display and make available copies of a statement of the applicable charges for deposit accounts. A Letter of Reprimand was issued, noting three violations against the bank.

  The bank subsequently entered into a Compliance Agreement with FCAC. The bank agreed to review all the relevant consumer provisions for all of its branches, to report to FCAC on how it was meeting each of the consumer provisions, to discuss any compliance deficiencies it identified and the corrective measures taken, and to comply with an on-site FCAC examination to ensure that the bank met its consumer obligations.

- **Refusal to open a retail deposit account**
  Within a two-month period, FCAC received six complaints from consumers that various branches of a certain bank had refused to open a retail deposit account for them because of prejudicial information about them on their credit file. During the same period, FCAC also received a seventh, similar complaint reported by the bank itself.

  The Commissioner noted that, under the *Access to Basic Banking Services Regulations*, prejudicial information on a consumer's credit history does not, by itself, constitute reasonable grounds for concluding that an account will be used for illegal or fraudulent purposes, nor will it automatically result in a refusal to open an account. The Commissioner therefore issued a Letter of Reprimand, noting seven violations against the bank.

  FCAC's intervention caused the bank to re-examine and enhance its account-opening procedures. The bank also offered to open retail accounts for the consumers it had previously refused. It has not received any similar complaints since implementing the new procedures.

- **Request to vary the time and manner of branch closure notification**
  As a result of construction problems at a new branch location intended to replace an existing branch, a bank failed to provide complete notices of branch closure for the closing branch to the Commissioner and to customers within the four-month time frame required by the *Notice of Branch Closure Regulations*.

  However, the bank had made an effort to provide a partial notice to both customers and the Commissioner seven months before the proposed date of closure. The bank had also provided the Commissioner and customers with updates on the situation as information became available. In consequence, the bank's request to vary the time and manner of giving notice was granted.

Updating the compliance framework

During 2004–05, FCAC reviewed and updated its compliance framework. All of the Agency's proposed changes were presented to various industry and consumer associations for comment. In March 2005, the framework was updated with substantial changes and posted on the FCAC Web site.

Mystery shopping exercise

The *Access to Basic Banking Services Regulations* came into force as of September 30, 2003. During 2004–05, FCAC conducted a large-scale mystery shopping exercise to measure the banks' performance in complying with the new Regulations. Between November 2004 and March 2005, mystery shoppers visited numerous bank branches and attempted to cash a federal government cheque and/or open an account. They also collected brochures at each branch to verify disclosure of information. The results of the exercise will be analyzed during 2005–06.

Mortgage penalty disclosure

During 2003–04, FCAC reviewed the clarity of language used by seven banks in the disclosure of the prepayment penalty clause within mortgage documents. The Agency

examined more than 100 mortgage documents containing mortgage prepayment clauses in both English and French.

The review revealed common weaknesses and instances of potential non-compliance in the documents of five of the seven banks. During 2004–05, FCAC required the institutions involved to take corrective measures with respect to the prepayment clause. The banks accepted all of FCAC's suggestions. FCAC will be closely monitoring the implementation of these changes.

Debit card code

FCAC has a mandate to monitor the *Canadian Code of Practice for Debit Card Services* for federally regulated financial institutions. The code stipulates that, under certain conditions, consumers will not be held liable for unauthorized use of their debit card.

During 2004, the code was revised to clarify the procedures for addressing unauthorized transactions and other transaction problems. The revised version is scheduled for implementation in September 2005. Once the revised code is in place, FCAC will continue to monitor how federally regulated financial institutions comply with it.

Annual examinations

In fall 2004, FCAC conducted its third annual general examination of all 424 federally regulated financial institutions to evaluate how they comply with applicable consumer provisions. FCAC found that the institutions were in overall compliance with the provisions. However, the Agency opened individual compliance cases where specific issues were raised.

Compliance Connection

This year the Branch continued to publish its quarterly newsletter for the financial services industry, entitled *Compliance Connection*. Among the topics covered were the review of the compliance framework, cheque holding regulations, and how to improve compliance with the *Access to Basic Banking Services Regulations*.

Looking forward

During 2005–06, FCAC will continue to monitor ongoing credit card issues, especially those involving the "rates as low as" marketing technique. Another focus will be emerging electronic banking issues, such as the question of who bears responsibility when an electronic transaction is flawed. We will also look closely at the issue of disclosure as it applies to co-borrowers. Internationally, we will continue our involvement and cooperation with regulators in other countries.

In past years FCAC focused on consumers' problems with debit cards, and it will continue doing so in 2005–06. The year's mystery shopping exercise will examine the use of these cards.

02

VALUE FOR CANADIANS

FCAC provides a valuable service to Canadians by dealing effectively and efficiently with their concerns related to the financial marketplace.

Issues that concern Canadians

FCAC tracks a large volume of inquiries and complaints through its Consumer Contact Centre, through direct personal contacts, and through e-mail and regular mail. The following charts and tables show how and why Canadians contacted FCAC during 2004–05.

TOTAL NUMBER OF INQUIRIES AND COMPLAINTS RECEIVED

Table 2 shows the total number of inquiries and complaints received during the year, broken down by location. The majority of the persons who contacted FCAC and who also gave their locations were from Ontario, Alberta or Quebec.

Table 2: Total contacts received by FCAC, by location, 2004–05

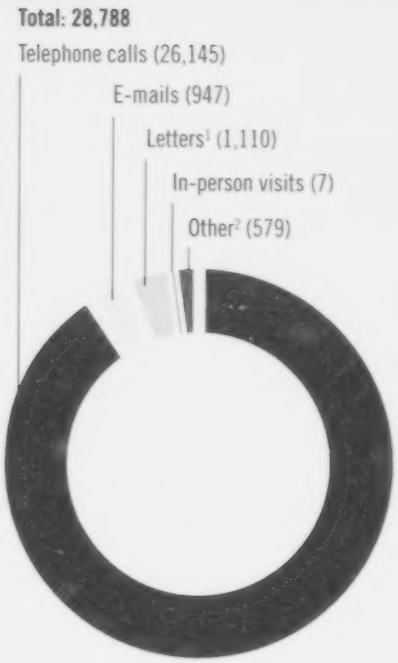
Location	Total
Alberta	2,966
British Columbia	1,813
Manitoba	1,121
New Brunswick	880
Newfoundland	409
Nova Scotia	818
Nunavut	18
Northwest Territories	29
Ontario	7,239
Prince Edward Island	71
Quebec	5,784
Saskatchewan	710
Yukon	15
USA	96
International, other than USA	74
Unknown[1]	6,745
Total	**28,788**

[1] The location was not indicated by the person contacting FCAC.

Chart 3 shows how consumer inquiries and complaints reached FCAC. Of the 28,788 total consumer contacts, 90.8 percent were by telephone.

Charts 4 and **5** show the inquiries and complaints FCAC received, by type of financial institution and by origin.

Chart 3: Total contacts received by FCAC, by source, 2004–05



[1] Includes letters, faxes and telephone calls that required a written response.

[2] Includes cases initiated by FCAC, and self-reported complaints from financial institutions.

Chart 4: Total contacts received by FCAC, by type of federally regulated financial institution, 2004–05

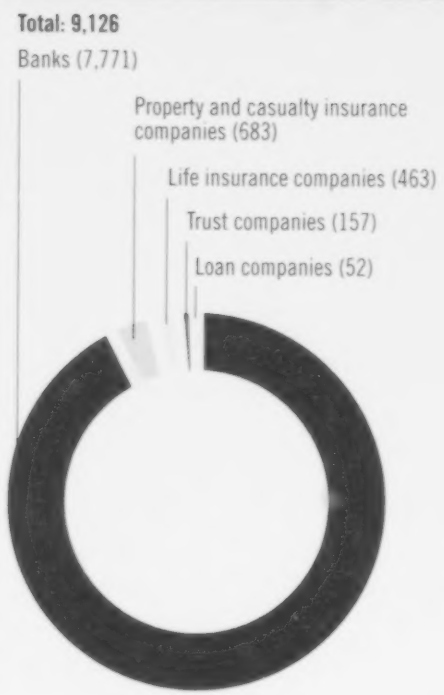


Chart 5: Contacts received by FCAC, by origin, 2004–05

Total: 28,788

Federally regulated financial institutions (9,126)

Non–federally regulated financial institutions (10,471)

FCAC's cheque-insert awareness campaign[1] (9,191)

[1] FCAC's cheque-insert campaign centred largely on consumers' rights when dealing with banks and/or trust companies. Many of the inquiries or contacts stemming from this initiative related directly to federally regulated financial institutions.

Of the 28,788 total consumer contacts received by FCAC, 90.8 percent were by telephone.

Table 3 shows the inquiries and complaints received by FCAC during the year, excluding compliance matters.

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,[1] 2004–05

Category	Complaints	Inquiries	Total
Accounts			
ABMs	53	40	93
Access to funds	58	40	98
Agreements	10	2	12
Bill payments (in-branch)	0	1	1
Charges	75	65	140
Cheques	305	1,110	1,415
Closed	48	16	64
Coercive tied selling	1	3	4
Collection	32	12	44
Debit cards	45	82	127
Direct deposits	4	882	886
Drafts or money orders	3	0	3
Fraud	15	27	42
Interest rates	4	7	11
Internet banking	13	10	23
Opening	106	487	593
Overdraft	21	7	28
Point-of-sale purchases	3	1	4
Pre-authorized debits	65	39	104
Privacy issues	90	116	206
Quality of service	71	12	83
Right of offset	67	61	128
Statements	1	0	1
Telephone banking	2	1	3
Transfers	1	2	3
Other	140	539	679
Subtotal	**1,233**	**3,562**	**4,795**
Credit Cards			
Applications	16	106	122
Bill payments	93	79	172
Cancellations	28	38	66
Changes to terms and conditions	17	11	28
Collection	218	63	281
Complaint-handling procedures	3	0	3
Convenience cheques	5	1	6
Debt management	6	11	17
Deposits	3	3	6

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,[1] 2004–05 (continued)

Category	Complaints	Inquiries	Total
Disclosure	0	1	1
Fees	52	53	105
Fraud	58	44	102
Insurance	49	95	144
Interest rates	64	68	132
Internet banking	2	1	3
Pre-authorized debits	2	0	2
Privacy issues	3	5	8
Quality of service	30	6	36
Solicitations	76	62	138
Transfer of balances	15	8	23
Other	127	438	565
Subtotal	**867**	**1,093**	**1,960**
Credit Reporting / Credit History			
Credit bureaus	119	764	883
Credit counselling	5	103	108
Subtotal	**124**	**867**	**991**
Financial Institutions			
Banknotes	7	11	18
Branch closures	108	150	258
Branches	1	1	2
Coins	0	1	1
Complaint-handling procedures	35	67	102
Contact information	2	11	13
Estate matters	42	57	99
Exchange rates	8	37	45
Legitimacy	0	16	16
Maximum interest rate	4	39	43
Quality of service	86	20	106
Regulatory	0	11	11
Safety deposit boxes	2	1	3
Subtotal	**295**	**422**	**717**
General Inquiries			
FCAC	0	7	7
Referrals to other departments or organizations	4	107	111
Regulations	7	423	430
Small/medium-sized enterprises	34	179	213
Other	720	11,033	11,753
Subtotal	**765**	**11,749**	**12,514**

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,[1] 2004–05 (continued)

Category	Complaints	Inquiries	Total
Insurance			
Car	26	30	56
General	5	14	19
Home	32	24	56
Life	11	19	30
Loan	0	1	1
Medical	1	0	1
Mortgage	0	1	1
Small/medium-sized enterprises	5	5	10
Not specified	362	560	922
Subtotal	**442**	**654**	**1,096**
Investments			
Canada Savings Bonds	3	16	19
Guaranteed investment certificates	6	2	8
Mutual funds	1	5	6
Pensions	1	9	10
Registered Education Savings Plans	13	39	52
Registered Retirement Income Funds	1	1	2
Registered Retirement Savings Plans	12	10	22
Not specified	393	904	1,297
Subtotal	**430**	**986**	**1,416**
Loans			
Car loans	41	207	248
Leases	8	24	32
Lines of credit	49	29	78
Mortgages	289	349	638
Payday loans	2	2	4
Personal loans	4	6	10
Student loans	45	181	226
Not specified	465	490	955
Subtotal	**903**	**1,288**	**2,191**
Grand total	**5,059**	**20,621**	**25,680**

[1] Also excluded are media contacts.

COMPLIANCE-RELATED INQUIRIES AND COMPLAINTS RECEIVED

The following tables present information about FCAC's contacts with Canadians regarding compliance with the consumer provisions and codes of conduct.

Table 4 shows FCAC's history of compliance contacts received since 2003–04. During 2004–05, the number of such contacts decreased by approximately 12 percent from the previous year.

Table 4: Total compliance contacts received, by category

	2003–04	2004–05
Codes of conduct and public commitments[1]		
Complaints	268	220
Inquiries	44	9
Self-reported complaints[2]	0	11
Consumer provisions		
Complaints	490	517
Inquiries	33	18
Self-reported complaints[3]	334	418
Filings	395	176
Total	**1,564**	**1,369**

1 For definitions of these terms, see Appendix A (Glossary).

2 To date, the Commissioner has not exercised his right to require financial institutions to self-report complaints related to codes of conduct or public commitments.

3 For a definition, see Appendix A (Glossary).

Table 5 gives an overview of the compliance caseload by type of compliance matter. During 2004–05, 1,342 cases were opened; 1,142 were closed by the year's end.

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings[1]

Consumer provisions	Cases pending at end of 2003–04	Cases opened during 2004–05	Cases closed during 2004–05	Cases pending at end of 2004–05
Accounts				
Disclosure of charges for account maintenance	1	0	1	0
Disclosure of charges for new or second accounts	0	5	4	1
Disclosure of charges	1	47	39	9
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	5	4	5	4
Disclosure of required information in written notice of refusal	0	1	0	1
Displaying and making available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*	1	1	1	1
General	0	1	1	0
Provision of account agreements and complaint procedures	0	4	3	1
Provision of advance notice for new and/or increased charges	0	78	68	10
Provision of written notice of refusal	1	8	6	3
Refusal to open — General	13	66	63	16
Refusal to open because of bankruptcy	6	6	11	1
Refusal to open because of credit history	32	60	60	32
Refusal to open because of lack of proper identification	7	31	33	5
Requirement of minimum deposit or balance to open account	0	2	2	0
Branch closures				
Provision of required notice	3	7	8	2
Request for public meeting[2]	4	9	13	0
Request to vary notification requirements	0	2	2	0
Second request for public meeting	0	1	1	0
Coercive tied selling				
Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling	1	3	3	1
General	4	16	13	7

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings[1] (continued)

Consumer provisions	Cases pending at end of 2003–04	Cases opened during 2004–05	Cases closed during 2004–05	Cases pending at end of 2004–05
Complaint procedures				
Establishment of complaint-handling procedures	1	1	2	0
Requirement for FRFI[3] other than a bank to be a member of a third-party dispute resolution organization	3	69	12	60
Compliance of affiliate	2	2	3	1
Cost of borrowing — General	1	2	0	3
Credit cards				
Disclosure in plain language	0	1	0	1
Disclosure of changes to non-interest charges	0	1	0	1
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	4	24	23	5
Disclosure of cost of borrowing when issued	17	48	44	21
Disclosure of non-interest charges when issued	5	42	24	23
Disclosure of required information in monthly statements	7	15	18	4
Disclosure of required information in advertisements	0	2	1	1
Disclosure of required information in application forms	4	10	10	4
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	14	3	14	3
Disclosure relating to optional services	4	51	47	8
General	5	28	28	5
Provision of monthly statements	14	57	24	47
Request to keep a minimum balance	1	0	1	0
Disclosure of charges for services	2	4	4	2
Disclosure of cheque holding policy	0	34	28	6
Disclosure of interest rates — General	0	7	6	1
Disclosure of interest rates in advertisements	0	1	1	0
Examination — Institution-specific	0	1	0	1
Government of Canada cheques				
Displaying and making available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*	1	1	1	1
Fee charged for cashing	1	1	2	0
Provision of written notice of refusal	0	2	0	2
Refusal to cash	5	13	13	5
Index-linked deposits — Disclosure of required information	0	2	2	0

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings[1] (continued)

Consumer provisions	Cases pending at end of 2003–04	Cases opened during 2004–05	Cases closed during 2004–05	Cases pending at end of 2004–05
Lines of credit				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	0	6	3	3
Disclosure of cost of borrowing when issued	0	5	2	3
Disclosure of non-interest charges when issued	0	1	0	1
Disclosure of required information in advertisements	0	1	1	0
Disclosure relating to optional services	0	2	0	2
General	0	7	6	1
Provision of monthly statements	2	7	4	5
Loans				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	6	7	7	6
Disclosure of cost of borrowing when issued	0	5	3	2
Disclosure of non-interest charges when issued	0	2	1	1
Disclosure of required information following a missed payment	0	2	2	0
Disclosure of required information in advertisements	1	0	0	1
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	0	1	0	1
Disclosure relating to optional services	0	2	1	1
General	2	9	6	5
Provision of annual statements	0	2	2	0
Mortgages				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	5	7	8	4
Disclosure of cost of borrowing when issued	2	11	8	5
Disclosure of information relating to repayments, rebates or charges	9	50	48	11
Disclosure of non-interest charges when issued	1	2	3	0
Disclosure of required information following a missed payment	0	3	1	2
Disclosure of required information in advertisements	2	1	2	1
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	0	2	0	2
Disclosure provided within a specified time frame	0	1	1	0
Disclosure relating to optional services	1	5	4	2
General	0	11	8	3
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	2	2	4	0
Provision of Public Accountability Statement	0	7	1	6
Subtotal	**203**	**935**	**771**	**367**

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings[1] (continued)

Codes of conduct and public commitments	Cases pending at end of 2003–04	Cases opened during 2004–05	Cases closed during 2004–05	Cases pending at end of 2004–05
Codes of conduct				
Authorized insurance activities	2	12	10	4
Debit card code	14	63	56	21
Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce	0	13	13	0
Small Business Banking Code of Conduct	3	14	15	2
Subtotal	**19**	**102**	**94**	**27**
Public commitments				
Accessibility of complaint procedures	2	24	22	4
Agreement to offer low-cost accounts	0	2	1	1
Credit cards — General	2	1	2	1
Credit cards — Zero liability	16	86	73	29
General	0	3	3	0
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	1	8	6	3
Undertaking on unsolicited services	1	5	5	1
Subtotal	**22**	**129**	**112**	**39**

Filings	Filings pending at end of 2003–04	Filings opened during 2004–05	Filings closed during 2004–05	Filings pending at end of 2004–05
Branch closures				
Provision of closure notice	8	83	86	5
Provision of closure notice — Less than 500 metres	0	24	23	1
Provision of notice for in-store, agency or satellite branches[4]	1	9	9	1
Provision of notice for temporary closure[4]	0	27	27	0
Provision of complaint-handling procedures by new institutions	4	18	13	9
Public Accountability Statements	0	12	7	5
Revised complaint-handling procedures[4]	0	3	0	3
Subtotal	**13**	**176**	**165**	**24**
Grand total 2003–04	**139**	**1,437**	**1,322**	**254**
Grand total 2004–05	**257**	**1,342**	**1,142**	**457**

1 Statistical data for 2003–04 are presented differently in last year's and this year's report. The discrepancy is the result of FCAC's new data-tracking system and the reclassification of some cases. The data-tracking system now allows classification of consumer contacts in greater detail. Broad categories such as "loans" have been broken down into more specific categories such as "mortgages" or "lines of credit." In order to be as accurate as possible, FCAC may also reclassify cases in which further investigation reveals that the complaint or inquiry relates more directly to a different issue from that originally identified.

2 For a definition, see Appendix A (Glossary).

3 FRFI: federally regulated financial institution.

4 These filings are not required by legislation, but were submitted by the financial institutions concerned to keep the Commissioner informed.

Table 6 shows how FCAC closed compliance cases for which action had been taken during 2004–05. The 26 closed cases involved 30 violations resulting in Letters of Reprimand, Compliance Agreements and (in two cases) Administrative Monetary Penalties.

Table 6: Compliance cases closed where action was taken, 2004–05

Consumer provisions	Number of cases closed with violations	Number of violations identified	Commissioner's decision
Accounts			
Failure to display and make available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement[1]
Refusal to open because of bankruptcy	1	1	1 Letter of Reprimand
Refusal to open because of credit history	11	12	5 Letters of Reprimand
Refusal to open because of lack of proper identification	1	1	1 Letter of Reprimand
Branch closures			
Failure to meet filing requirements	3	4	1 Letter of Reprimand
Credit cards			
Failure to disclose cost of borrowing when issued	1	2	1 Letter of Reprimand
No monthly statement provided	1	1	1 Letter of Reprimand
Disclosure of charges	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement[1]
Federal cheques			
Fee charged to cash	1	1	1 Letter of Reprimand
Failure to display and make available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement[1]
Refusal to cash	2	3	2 Letters of Reprimand
Mortgages			
Failure to disclose fees when issued	1	1	1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty ($50,000)
Failure to disclose required information in an advertisement	1	1	1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty ($30,000)
Total	**26**	**30**	

[1] The same Letter of Reprimand and Compliance Agreement were issued for these three cases.

Table 7 shows how many cases relating to the consumer provisions were closed during 2004–05, by type of disposition.

In total, 771 cases were closed. Of these, 26 involved violations.

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004–05

Consumer provision	Non-violation	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Total number of cases closed
Accounts						
Disclosure of charges for account maintenance	1					1
Disclosure of charges for new or second accounts	4					4
Disclosure of charges	38		1			39
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	5					5
Displaying and making available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*		1				1
General	1					1
Provision of account agreements and complaint procedures	3					3
Provision of advance notice for new and/or increased charges	62		6			68
Provision of written notice of refusal	3		3			6
Refusal to open — General	52		11			63
Refusal to open because of bankruptcy	7	1	3			11
Refusal to open because of credit history	33	11	16			60
Refusal to open because of lack of proper identification	30	1	2			33
Requirement of minimum deposit or balance to open account	2					2
Branch closures						
Provision of required notice	5	3				8
Request for public meeting			4	7	2	13
Request to vary notification requirements				1	1	2
Second request for public meeting				1		1
Coercive tied selling						
Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling	3					3
General	9		4			13

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004–05 (continued)

Consumer provision	Non-violation	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Total number of cases closed
Complaint procedures						
Establishment of complaint-handling procedures	2					2
Requirement for FRFI[1] to be a member of a third-party dispute resolution organization	12					12
Compliance of affiliate	3					3
Credit cards						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	22		1			23
Disclosure of cost of borrowing when issued	43	1				44
Disclosure of non-interest charges when issued	24					24
Disclosure of required information in advertisements	1					1
Disclosure of required information in application forms	10					10
Disclosure of required information in monthly statements	17		1			18
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	13		1			14
Disclosure relating to optional services	46		1			47
General	27		1			28
Provision of monthly statements	22	1	1			24
Request to keep a minimum balance	1					1
Disclosure of charges for services	3	1				4
Disclosure of cheque holding policy	26		2			28
Disclosure of interest rates — General	5		1			6
Disclosure of interest rates in advertisements	1					1
Government of Canada cheques						
Displaying and making available information on the *Access to Basic Banking Services Regulations*		1				1
Fee charged for cashing	1	1				2
Refusal to cash	9	2	2			13
Index-linked deposits — Disclosure of required information	2					2
Lines of credit						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	3					3
Disclosure of cost of borrowing when issued	2					2
Disclosure of required information in an advertisement	1					1
General	4		2			6
Provision of monthly statements	3		1			4

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004–05 (continued)

Consumer provision	Non-violation	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Total number of cases closed
Loans						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7					7
Disclosure of cost of borrowing when issued	3					3
Disclosure of non-interest charges when issued			1			1
Disclosure of required information following a missed payment	1		1			2
Disclosure relating to optional services	1					1
General	5		1			6
Provision of annual statements	2					2
Mortgages						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7		1			8
Disclosure of cost of borrowing when issued	7		1			8
Disclosure of information relating to repayments, rebates or charges	46		2			48
Disclosure of non-interest charges when issued	2	1				3
Disclosure of required information following a missed payment	1					1
Disclosure of required information in an advertisement	1	1				2
Disclosure provided within a specified time frame	1					1
Disclosure relating to optional services	3		1			4
General	6		2			8
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	4					4
Provision of Public Accountability Statement	1					1
Total	**659**	**26**	**74**	**9**	**3**	**771**

[1] FRFI: federally regulated financial institution.

Table 8 shows how FCAC dealt with cases related to codes of conduct and public commitments during 2004–05. A total of 206 such cases were closed; the three major issues were related to credit cards (zero liability), debit card codes and the accessibility of complaint procedures.

Table 8: Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments,[1] by type of disposition, 2004–05

	Compliance	Non-compliance	Withdrawn[2]	Not a compliance matter[3]	Total cases closed during 2004–05
Codes of conduct					
Authorized insurance activities	8	1	1	0	10
Debit card code	49	0	7	0	56
Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce	13	0	0	0	13
Small Business Banking Code of Conduct	8	0	7	0	15
Public commitments					
Accessibility of complaint procedures	19	0	3	0	22
Agreement to offer low-cost accounts	1	0	0	0	1
Credit cards — General	2	0	0	0	2
Credit cards — Zero liability	63	3	7	0	73
General	2	0	0	1	3
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	2	0	4	0	6
Undertaking on unsolicited services	3	0	2	0	5
Total	**170**	**4**	**31**	**1**	**206**

[1] For definitions of these terms, see Appendix A (Glossary).

[2] Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue with a review of the complaint.

[3] After further review, it was decided that the case was not a compliance matter.

Table 9 shows how FCAC handled complaints about branch closures during 2003–04 and 2004–05. During the latter year, there were only two cases in which the Commissioner required a public meeting of FCAC, the bank and other interested parties in the community to discuss the closure.

Table 9: Matters related to branch closures

	2003–04	2004–05
Closure notices filed by financial institutions[1]	371	143
Complaints received related to branch closures[2]	258	108
Requests to change the branch closure notice requirements		
Granted	4	1
Not granted	3	1
Pending	0	0
Received	6	2
Requests for public meetings on branch closures[3]		
Pending	4	0
Received	40	10
Withdrawn	6	4
Number of branches closing for which meeting requests were received, required or not required		
Branches for which meeting requests were received	18	9
Branches for which meetings were not required by the Commissioner[4]	5	6[5]
Branches for which meetings were required by the Commissioner	10	2

[1] This is the total number of branch closure filings, including those not falling under the regulatory definition of a branch, as well as requests to vary the required notice.

[2] These are complaints related to branch closures; the complainants did not request a meeting.

[3] Some were multiple requests pertaining to the same branch.

[4] Institutions will often voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner.

[5] Includes a request for a second meeting subsequent to a meeting required by the Commissioner.

Addressing Canadians' concerns

HOW FCAC MANAGES A COMPLAINT

When a consumer contacts FCAC with a complaint, it is examined to determine whether it falls within the Agency's jurisdiction and whether it involves a possible contravention of the law. If more clarification of the matter is required, the complainant will receive a call back from FCAC within 48 hours.

If the complaint does involve a possible contravention of the law, an FCAC compliance officer will contact the consumer's financial institution to discuss the complaint. If further action is recommended, an officer may request factual information in writing from the complainant and the institution. At the same time, FCAC informs the consumer about the financial institution's complaint-handling procedures. If the matter is not within our mandate, we direct the complainant to the organization best equipped to deal with the consumer's issue.

When a consumer contacts FCAC with a complaint, it is examined to determine whether it falls within the Agency's jurisdiction and whether it involves a possible contravention of the law.

Figure 1: FCAC compliance case management process, as of March 31, 2005

Process

A compliance case is opened when:

- a consumer complaint is filed with FCAC;
- a potential compliance matter is voluntarily reported by a financial institution; or
- a potential compliance concern develops as a result of FCAC monitoring activities, including:
  - Agency examinations and inquiries,
  - FCAC mystery shopping surveys, and
  - consumer surveys or media reports.

↓

An FCAC compliance officer is assigned to the case. The officer begins investigating and requests factual information from the complainant and/or the financial institution.

→ Determined not to be a compliance issue. No further action.

↓

The compliance officer provides facts and an analysis of the case in a compliance officer's report, with a recommendation on the compliance measure that the Commissioner should consider. A copy of the report is sent to the financial institution for comment.

→ Compliance measures may include:

- Letter of Reprimand
- Compliance Agreement
- Notice of Violation, with penalty
- Prosecution
- Restraining order

↓

The Commissioner:

- considers the officer's report and the financial institution's comments;
- determines on reasonable grounds whether there is a violation; and
- if there is, applies an appropriate compliance measure.

Potential outcomes

FCAC's operations

OPERATIONAL ROLES AND RESPONSIBILITIES

Commissioner

The FCAC Commissioner is appointed for a period of up to five years. The first and current Commissioner is William G. Knight. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually through the Minister of Finance, and to the Minister of Finance regularly, about FCAC's activities and findings;
- managing the operations of FCAC, including taking responsibility for all aspects of its program, finances, administration and human resources management;
- supervising approximately 424 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- expanding national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

The FCAC Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee. He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee, chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity, the FCAC Commissioner advises on key consumer issues, offering important input for the policy advice that the committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues. To fulfill this requirement, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;
- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders;
- reaching out to community groups, associations and other stakeholders; and
- handling correspondence with consumers and operating a call centre (a joint venture with CDIC).

Compliance and Industry Relations Branch

The FCAC Compliance and Industry Relations Branch monitors financial institutions to ensure that they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act* and the *Cooperative Credit Associations Act*.

The consumer provisions are listed in Appendix B, p. 72. They deal with:

- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- closing retail branches;
- coercive tied selling;
- disclosing cheque holding policies;
- providing information to consumers about FCAC;
- disclosing information about account charges and interest;
- producing Public Accountability Statements;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- disclosing the cost of borrowing.

The Branch also monitors compliance with voluntary codes of conduct and public commitments put in place by financial institutions or associations of institutions to protect consumers. The codes cover topics such as debit cards and credit relations with small businesses.

In addition, the Compliance and Industry Relations Branch is responsible for:

- investigating and responding to complaints relating to the consumer provisions that fall under any of the acts within FCAC's jurisdiction;
- managing the compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions conform to it;
- monitoring FCAC's tracking systems to identify trends;
- encouraging financial institutions to develop policies and procedures for implementing the consumer provisions that apply to them; and
- promoting a culture of compliance within federally regulated financial institutions.

Among the Branch's tools for monitoring compliance are mystery shopping, consumer surveys, analysis of complaints and inquiries, annual and special examinations of federally regulated financial institutions, and studies by third parties.

FCAC ensures compliance with legislation and regulations by applying administrative measures, imposing fines, or publicly disclosing the nature of a violation, the name of the offender and the amount of the monetary penalty imposed. Among the factors determining the approach to a specific case are the severity and scope of the problem, the degree of intent or negligence, and the compliance history of the financial institution concerned.

To fulfill its mandate of maintaining productive relations with the financial services industry, FCAC meets regularly with financial institutions. Some of the contacts take place quarterly to share information on topics of common interest, such as monitoring activities, industry-wide compliance issues, and the Commissioner's position on compliance with legislation, regulations, voluntary codes and public commitments. The ultimate purpose is to protect Canadian consumers of financial products and services, and to promote regulatory compliance. The backbone of this new compliance culture is unqualified cooperation on the part of the financial institutions.

Administrative Services Branch

The Administrative Services Branch provides FCAC with such services as human resources, financial management, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail, and courier.

FCAC contracts with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for its human resources and financial services, and with Public Works and Government Services Canada for its technology and communications services.

Legal Services Branch

The federal Department of Justice provides legal services to FCAC. A senior counsel from Justice Canada is part of the management structure of FCAC and reports directly to the Commissioner. The senior counsel furnishes advice on all aspects of FCAC's mandate and operations.

MODERN MANAGEMENT

Following an independent Comptrollership Capacity Assessment, FCAC established an action plan that described the activities, areas of responsibility, time frames and monitoring that would help improve the Agency's management processes. We then carefully scrutinized these opportunities in the context of FCAC's mandate, size, financial resources and maturity. As a result of these evaluations, we concentrated on making improvements in the following four categories.

1) Integrated performance information

During March 2004, FCAC worked with Consulting and Audit Canada to develop its Results-based Management and Accountability Framework (RMAF). This includes:

- a "logic model," describing the FCAC program in terms of its planned activities, related outputs and intended outcomes;
- an evaluation strategy, presenting the evaluation issues, questions and data; and
- a reporting strategy.

The performance indicators and methodology employed in FCAC's evaluation strategy use existing data from our extensive, ongoing performance measurement. During 2004–05, we continued to enhance our data capture and tracking systems to ensure that the information collected will satisfy the requirements of the RMAF.

In addition, we adopted a performance measurement framework to serve as a guide for FCAC's projects, and to ensure that our projects help achieve FCAC's strategic goals. We also implemented financial coding for important projects so that we can produce cost-benefit analyses when and as we need them.

2) Human resources

During 2004–05, we expanded our annual employee survey to gauge FCAC staff's perception of various organizational issues and their level of satisfaction in relation to these issues.

To increase accountability and improve staff understanding of areas of responsibility, we used a risk-based approach to review and update FCAC's key policies, processes and procedures. The Compliance and Industry Relations Branch has now completed the update. For 2005–06, we are planning an independent review of the Branch's main activities and the frameworks, processes and procedures related to them.

We also developed information about FCAC's organizational values, including the obligations of management and staff, and we made this information available to all FCAC personnel.

3) Integrated risk management

In March 2005, we completed a preliminary corporate risk profile for FCAC. During the second quarter of 2005, we continued to develop FCAC's business process risk matrix to ensure that we have identified all risk categories, and have performed the necessary impact and control self-assessments.

Our 2005–07 business plan incorporates several activities that will help mitigate the risks identified in the preliminary corporate risk profile.

4) Rigorous stewardship

We established an Audit Committee with a specific charter, and established a memorandum of understanding with the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI) for the provision of internal audit services.

We also produced a targeted internal audit plan for 2005–06, with the support of OSFI's Audit and Consulting Services. Once our business process risk matrix is complete, we will produce a balanced internal audit plan by September 2005. Our 2005–07 business plan includes several activities related to the targeted internal audit plan.

In other stewardship areas, we improved our capacity for reporting about FCAC's programs so that senior management will have the information needed to reinforce the decision-making process. We also carried out a travel and hospitality audit, and completed our physical inventory so that we can track and protect FCAC's assets.

FCAC's performance

During FCAC's first three years of operation, from late 2001 through 2004, our work sought to achieve three key operational results. These were:

- to establish an agency managed transparently, efficiently and effectively;
- to establish education and information programs that empower consumers of financial services to make informed choices and decisions; and
- to institute a program of compliance and monitoring of financial institutions' legislated responsibilities, voluntary codes of conduct and public commitments related to protecting the interests of their consumers.

Following are our major performance achievements, broken down according to these three objectives.

Achievements related to establishing the Agency

In this area, we have:

- set up all administrative, informatics and operational services;
- hired a highly skilled and motivated workforce;
- implemented several best practices in support of modern management;
- established performance standards for our services;
- developed communications and consultation strategies to include the feedback and views of our stakeholders; and
- created a strategic planning process that involves participation by stakeholders.

Achievements related to establishing a framework for consumer education and information

In this area, we have:

- developed and produced more than 20 brochures, publications and electronic tools to provide a broad array of consumer information on financial topics, and distributed more than 400,000 of these publications from 2001 to 2004;
- developed an effective outreach program by establishing partnerships with federal departments, provincial agencies and non-governmental organizations, giving the Agency a national presence;
- developed a comprehensive Web site to provide consumers with information about their rights, and about the financial products and services they need; and
- developed a Results-based Management and Accountability Framework, with specific indicators to evaluate FCAC's programs.

Achievements related to ensuring that consumers' rights are protected by the Agency's compliance and monitoring program

In this area, we have:

- set up regular meetings and information exchanges with other federal organizations, and continue to work with them on specific projects;

- established a compliance framework and compliance procedures to ensure that federally regulated financial institutions respond to compliance problems related to the consumer provisions;
- invited the financial services industry to provide suggestions and comments on the compliance framework;
- published the results of our compliance activities in each of FCAC's annual reports to Parliament, and posted the Commissioner's decisions on FCAC's Web site; and
- put in place an internal system for monitoring compliance cases to ensure that all cases are closed within two years.

FCAC's impact on Canada's financial marketplace

Since its inception, FCAC has had a significant impact on Canada's financial marketplace, and on the consumers who use its services and products. **Figure 2** shows the Agency's growing influence and the extent of its impact on market behaviour, particularly on federally regulated financial institutions (FRFIs).

Figure 2: FCAC's impact on the Canadian financial marketplace

Item or issue	Progress made since FCAC's inception
Federal oversight of the financial services sector as it relates to consumers	Oversight responsibilities (previously dispersed among various organizations) have been consolidated at FCAC, with direct reporting to Parliament through the Minister of Finance. The result is that oversight has been considerably strengthened.
Monitoring of regulations and self-regulations, as they relate to consumers	FCAC developed a compliance framework to monitor how FRFIs comply with their obligations and commitments to consumers.
Monitoring of FRFIs' actions as they relate to compliance issues	Monitoring of compliance issues is now systematic and unified. FCAC works with FRFIs to ensure that consumers are informed when compliance problems arise, and that consumers are advised of their right to use their institution's complaint-handling procedures.
Measurement of FRFIs' compliance with consumer provisions, codes of conduct and public commitments	FCAC introduced measurement tools, such as annual examinations and mystery shopping exercises to verify FRFIs' compliance with consumer provisions, codes of conduct and public commitments. FCAC works with financial institutions to resolve any issues or concerns.
Review of FRFIs' disclosure practices as they relate to consumers	FCAC initiated two systematic reviews of industry disclosure practices and documents. Several institutions are now working to improve the quality of their disclosure to consumers.

Figure 2: FCAC's impact on the Canadian financial marketplace (continued)

Item or issue	Progress made since FCAC's inception
Review of FRFIs' branch-closure filings	Previously, there had been no requirement to file branch closure notices for formal review. To date, FCAC has reviewed hundreds of branch-closure filings to ensure that appropriate consultations took place between the banks and the communities they served. FCAC has also attended several branch-closure meetings, held on the instruction of the Commissioner, and has added a branch-closure database to its Web site to help consumers stay informed of these changes.
Access to plain-language information about FRFIs' legal obligations to consumers, as well as objective information to help consumers compare and better understand certain financial products and services	FCAC identified and filled consumer information gaps in the marketplace by creating and providing plain-language publications about financial products and services, and about consumers' rights when dealing with FRFIs.
Access to a federal agency for consumers who want to report a problem with a financial institution or request information	Previously, there had been no single access point for consumers who wanted to report a problem with an FRFI or request information about a financial service or product. Consumers now have toll-free telephone access to FCAC's Consumer Contact Centre to report a problem with their financial institution, or to obtain information about financial products and services. Consumers can also contact FCAC by e-mail, by regular mail or in person.
Comparative data related to features and prices of financial products and services	FCAC provides consumers with useful comparative data and easy-to-understand information about many financial products and services. This helps consumers benefit from a competitive marketplace.
Questions and answers on financial products and services	FCAC has developed one of Canada's most extensive question-and-answer resources about financial products and services. FCAC builds its question-and-answer database by analyzing information obtained through its consumer contacts. FCAC tracks and identifies issues of concern to Canadians on a regular basis.
Reporting to Parliament on compliance and consumer issues	Previously, reporting to Parliament on financial consumer issues had been fragmented. Through its Annual Report, FCAC provides Parliament with a consolidated view of compliance issues, as well as the leading issues and concerns raised by consumers.

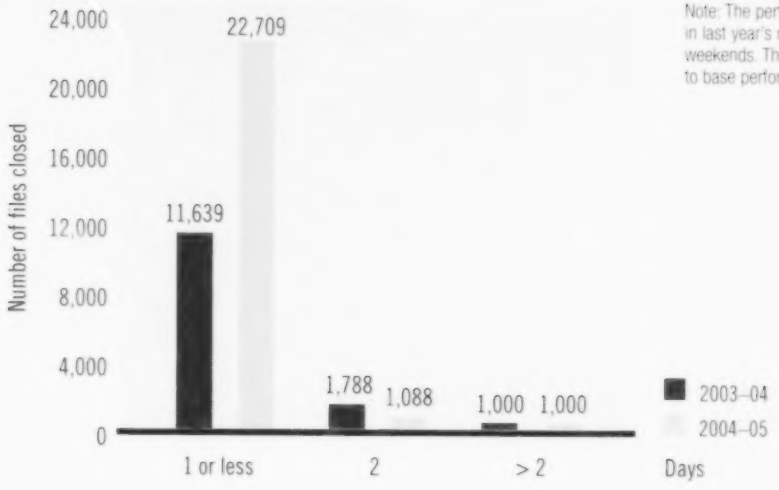
Consumer service performance

FCAC carries out statistical tracking of its service performance in three main areas: the Consumer Contact Centre; the Correspondence Unit; and the Compliance and Industry Relations Branch.

Consumer Contact Centre

During 2004–05, the Consumer Contact Centre handled 26,145 telephone calls, an increase of 69 percent over the previous year and more than double the number handled during 2002–03, our first year of operation. The average wait time for the vast majority of callers was less than 12 seconds. For further Consumer Contact Centre performance statistics, see **Chart 6**.

Chart 6: Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre

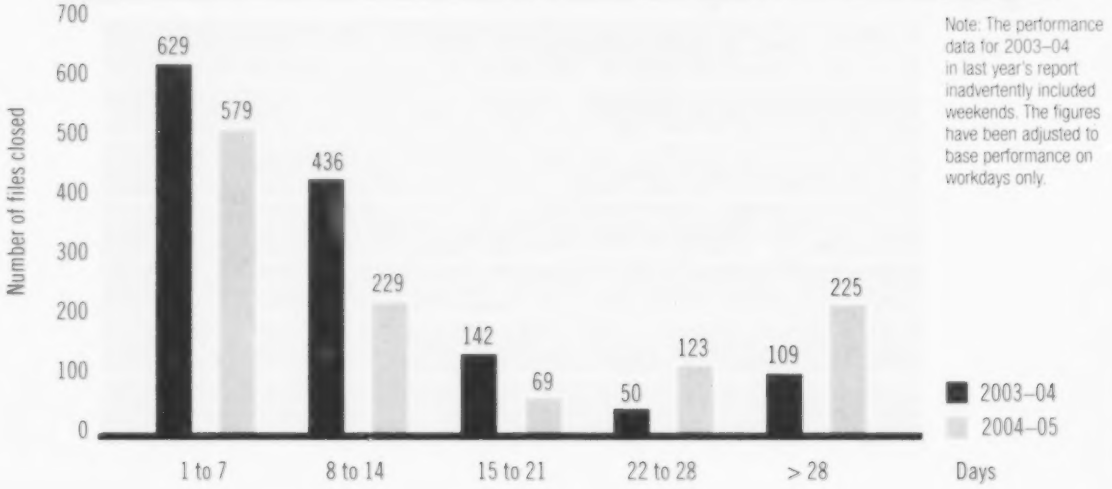


Note: The performance data for 2003–04 in last year's report inadvertently included weekends. The figures have been adjusted to base performance on workdays only.

Correspondence Unit

The Correspondence Unit deals with e-mail messages and letters sent to FCAC by consumers. During 2004–05, we responded to 65.9 percent of all such communications within 14 working days of their receipt.

Chart 7: Time taken to close a file generated by a consumer's letter, an e-mail or an in-person visit for non–compliance related matters

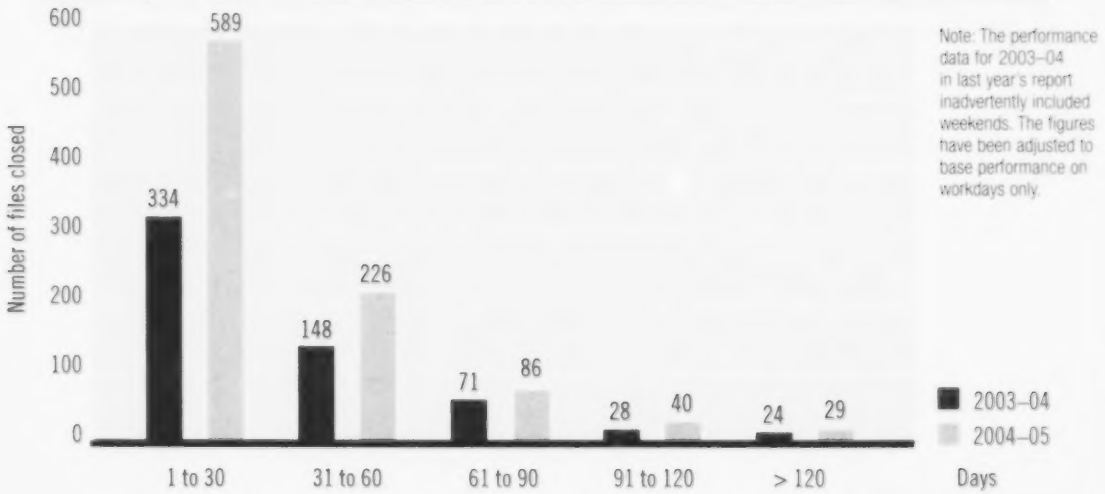


Note: The performance data for 2003–04 in last year's report inadvertently included weekends. The figures have been adjusted to base performance on workdays only.

Compliance and Industry Relations Branch

The Compliance and Industry Relations Branch processes compliance-related files as expeditiously and effectively as possible. As shown in **Chart 8**, 60 percent of the files were closed within 30 days of being opened. Slightly more than 84 percent were closed within 60 days.

Chart 8: Time taken to close a file related to a compliance matter



Note: The performance data for 2003–04 in last year's report inadvertently included weekends. The figures have been adjusted to base performance on workdays only.

Consumer evaluation of major FCAC publications and quizzes

- *Credit Cards and You*

  In early 2005, we asked consumers to give us their impressions of one of our major publications, *Credit Cards and You*. While this was not a large-scale survey, it established that more than 90 percent of consumers who were familiar with the guide rated it as "good to excellent."

- *Cost of Banking Guide*

  Consumers were also asked to give us their impressions of the *Cost of Banking Guide*, another FCAC publication. The survey sample was small but provided useful feedback. Approximately 80 percent of the respondents found both the guide and its related on-line tool to be "good to excellent."

Chart 9: Overall impression by consumers of Credit Cards and You

Chart 10: Overall impression by consumers of Credit Cards and You *and* Cost of Banking Guide, *2004–05*

03

FINANCIAL **STATEMENTS**

Financial highlights

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is a federal government institution that is funded through assessments paid by federally regulated financial institutions. Banks pay more than 90 percent of FCAC's costs since most of the consumer provisions overseen by the Agency apply to them and their financial products.

This annual report presents information on FCAC's third full year of operations. The budget for 2004–05 was projected at $7.75 million; at the conclusion of the fiscal year, total expenditures amounted to $7.25 million. The surplus of approximately $500,000 included a $200,000 annual budget contingency allowance that was not required. Surpluses were recorded notably in the budget centres for travel, human resources costs, and general administrative costs (translation costs, interest costs, etc.).

After three full years of operating under a mandate from Parliament, the Agency has its supporting programs in place and these are adjusting to the demands made on FCAC. Among Canadians in general, awareness of the Agency and its work remains low. Rather than financing a broad public awareness campaign, with possibly short-term outcomes, the Agency has targeted its outreach efforts by building relationships that have mutual longer-term benefits. These partnerships provide a good base from which to expand outreach to FCAC's target audiences. We have developed a performance measurement framework and, depending on the project, we will enter into memorandums of understanding with partners concerning delivery of specific elements of our program. We will thereby be better able to monitor the extent to which the partnerships help us meet our mandate. As a result of the strong demand for FCAC's services, in 2003–04 the workload remained heavier than planned in the Agency's two core areas: Compliance, and Consumer Education and Public Affairs. We responded by budgeting three additional positions for 2004–05, bringing the number of full-time positions to 38.

With regard to key financial commitments, this year we renewed our agreements for external provision of several corporate services. We have common services agreements with the Office of the Superintendent of Financial Institutions (for financial and human resources administration, internal audit services, and research services), the Canada Deposit Insurance Corporation (for a joint call centre), and Public Works and Government Services Canada (for information technology support).

Concerning our stewardship of funds, in 2004–05 the Agency began work on establishing an internal audit program, building on the annual audit of our financial statements carried out by the Auditor General of Canada. An audit committee was established with a specific charter, and a targeted internal audit plan was approved. The first task undertaken has been an audit of the Agency's travel and hospitality expenses. Once the report is ready in both official languages, the audit results will be posted on the FCAC Web site.

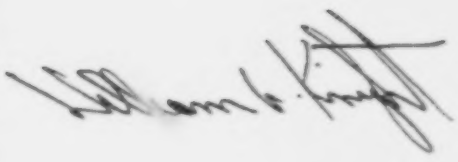
The Agency's management is committed to delivering an effective program that meets the expectations of Parliament and Canadian consumers. At the same time, management fully supports the principles of modern comptrollership and strives to implement them.

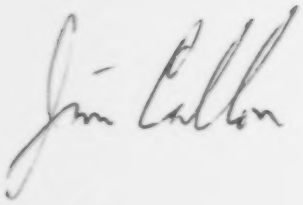
Management's Responsibility for the Financial Statements

Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements and the consistency with all other information contained in this annual report rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgment, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices, and information systems designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations as well as FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the transactions and financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.





William G. Knight
Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

Jim Callon
Deputy Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada
May 27, 2005

Auditor General of Canada
Verificatrice générale du Canada

AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Finance

I have audited the statement of financial position of the Financial Consumer Agency of Canada as at March 31, 2005 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2005 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

John Rossetti

John Rossetti, CA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 27, 2005

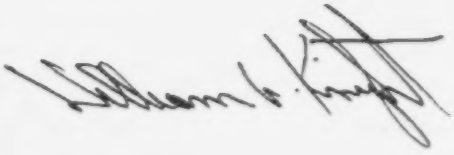
STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

As at March 31

	2005	2004
Assets		
Current		
Cash Entitlement	$ 3,247,346	$ 2,002,702
Assessments Receivable	42,166	130,569
Other Current Assets	606	1,741
Other Assets	83,238	92,713
Capital Assets (note 6)	440,832	576,235
Total Assets	**3,814,188**	**2,803,960**
Liabilities		
Current		
Accounts Payable and Accrued Liabilities (notes 7,8)	1,563,711	577,785
Unearned Revenue	600,582	624,110
Loan Payable (note 7)	1,500,000	1,500,000
Severance Benefits (note 5)	149,895	102,065
Total Liabilities	**3,814,188**	**2,803,960**
Equity of Canada	—	—
Total Liabilities and Equity of Canada	**$ 3,814,188**	**$ 2,803,960**

Commitments (note 9)

Approved by:



William G. Knight
Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

STATEMENT OF OPERATIONS AND EQUITY OF CANADA

For the year ended March 31

	2005	2004
Revenue		
Assessments	$ 7,157,400	$ 6,176,587
Other Revenue	10,923	985
Total Revenue	**7,168,323**	**6,177,572**
Expenses		
Salaries and Benefits (notes 4, 5)	3,731,373	3,343,679
Professional Services (note 8)	1,562,410	1,090,732
Accommodation (notes 8, 9)	672,184	652,047
Information Management / Information Technology Costs (note 8)	559,871	424,478
Travel	109,564	115,960
Interest (note 8)	97,103	126,017
Other	435,818	460,659
Total Expenses	**7,168,323**	**6,213,572**
Operating Results before Administrative Monetary Penalties and Government Funding	**—**	**(36,000)**
Administrative Monetary Penalties (note 10)	80,000	17,000
Parliamentary Appropriation — Modern Comptrollership (note 11)	—	36,000
Net Operating Results	**80,000**	**17,000**
Equity of Canada, Beginning of Year	—	—
Administrative Monetary Penalties earned on behalf of the Government	(80,000)	(17,000)
Equity of Canada, End of Year	**$ —**	**$ —**

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

STATEMENT OF CASH FLOWS

For the year ended March 31

	2005	2004
Cash flows from operating activities		
Cash Receipts from Financial Institutions	$ 7,432,983	$ 6,286,795
Cash Paid to Suppliers and Employees	(5,937,410)	(6,274,442)
Interest Paid	(121,129)	(127,298)
Non-Respendable Administrative Monetary Penalties Remitted to the Consolidated Revenue Fund (note 10)	(80,000)	(17,000)
Cash Provided by (Used for) Operating Activities	**1,294,444**	**(131,945)**
Investing Activities		
Acquisition of Capital Assets (note 6)	(49,800)	(65,393)
Cash Used for Investing Activities	**(49,800)**	**(65,393)**
Financing Activities		
New Borrowings	6,000,000	6,000,000
Repayments	(6,000,000)	(5,850,000)
Cash Provided by Financing Activities	**—**	**150,000**
Cash Entitlement		
Increase (decrease) in cash entitlement	**1,244,644**	**(47,338)**
Cash Entitlement, Beginning of Year	**2,002,702**	**2,050,040**
Cash Entitlement, End of Year	**$ 3,247,346**	**$ 2,002,702**

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended March 31, 2005

1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. It must:

a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and
e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or Crown corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are typically funded entirely through this process.

FCAC assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under Section 13(1) of the Act.

2. Summary of significant accounting policies

a) Basis of presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. The Agency is dependent on its assessments of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits.

b) Revenue recognition

FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as unearned revenue on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an accounting of the previous year's assessed costs against actual costs incurred. The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with Section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operation.

c) Employee future benefits

i) Pension benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Pension Plan (the Plan) administered by the Government of Canada. Both employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. The Agency's contribution amount is currently based on a multiple of employees' required contributions, and may change over time depending on the experience of the Plan. These contributions represent the total pension obligations of the Agency and are charged to operations on a current basis. FCAC is not required under present legislation to make contributions with respect to any actuarial deficiencies of the Plan.

ii) Severance benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits and the total severance obligation are periodically actuarially determined. The benefit cost is accrued as employees render the services necessary to earn severance benefits. The benefit cost and the total severance liability were actuarially determined for the fiscal year ended March 31, 2005, and for the fiscal year ended March 31, 2004.

The cost of the severance benefits is actuarially determined using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates. The excess of any net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the average remaining service period of active employees.

In those years where no actuarial review is performed, management prepares an estimate of the closing employee future benefits liability, based on the most recent actuarial report and current employee information.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not have its own bank account. All of the financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

Asset class	*Amortization period*
Furniture and fixtures	7 years
Leasehold improvements	lesser of useful life or term of the lease
Informatics software	5 years
Office equipment	4 years
Informatics hardware	3 years

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant items involving the use of estimates and assumptions are the benefit cost and the total severance benefits liability.

4. Pension benefits

FCAC and all eligible employees contribute to the Public Service Pension Plan. This pension plan provides benefits based on years of service and average earnings at retirement. The benefits are fully indexed to the increase in the Consumer Price Index. The estimated employer contributions to the Public Service Pension Plan during the year were $348,679 (2004 – $324,052).

5. Severance benefits

Information about FCAC's severance benefit plan is presented in the table below.

	2005	2004
Accrued benefit obligation, beginning of year	$ 176,217	$ 114,430
Current service cost	31,543	19,876
Interest cost	11,615	6,353
Benefits paid	—	(41,456)
Actuarial loss	55,070	77,014
Accrued benefit obligation, end of year[1]	274,445	176,217
Unamortized net actuarial loss	(124,550)	(74,152)
Accrued benefit liability	**149,895**	**102,065**
Current service cost	31,543	19,876
Interest cost	11,615	6,353
Amortization of net actuarial losses[2]	4,672	—
Adjustment[3]	—	(48,401)
Net benefit plan expense	**$ 47,830**	**$ (22,172)**

1 The accrued benefit obligation is not funded as funding is provided when benefits are paid. Accordingly, there are no plan assets.

2 The amortization period is the remaining average service period of active employees.

3 The accrued benefit liability was estimated at March 31, 2003; therefore, an adjustment was required to the 2004 expense to reflect the actuarially determined accrued benefit liability at March 31, 2004.

A discount rate of 5.13% (2004 – 6.05%) was applied in measuring the Agency's accrued benefit obligation. Management's best estimate for the general salary increases used to estimate the current service cost and the accrued benefit obligation as at March 31, 2005, is an annual economic increase of 2.5% for the plan year 2006 (2004 – 2.5% for the plan years 2005 and 2006). Thereafter an annual economic increase of 2.9% (2004 – 3%) is assumed. The average remaining service period of the active employees covered by the benefit plan is 12 years (2004 – 11 years).

6. Capital assets

	Gross book values			Accumulated amortization			Net book values	
Category	Opening balance	Additions	Closing balance	Opening balance	Amortization expense	Closing balance	2005	2004
Furniture and fixtures	$ 433,434	$ 38,699	$ 472,133	$ 130,699	$ 63,842	$ 194,541	$ 277,592	$ 302,735
Leasehold improvements	382,843	—	382,843	203,280	89,781	293,061	89,782	179,563
Informatics software	79,974	11,101	91,075	21,459	16,180	37,639	53,436	58,515
Office equipment	51,662	—	51,662	20,555	12,915	33,470	18,192	31,107
Informatics hardware	10,643	—	10,643	6,328	2,485	8,813	1,830	4,315
Total	**$ 958,556**	**$ 49,800**	**$ 1,008,356**	**$ 382,321**	**$ 185,203**	**$ 567,524**	**$ 440,832**	**$ 576,235**

7. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. The terms and conditions of the loan agreement for funds advanced as at March 31, 2005, together with comparatives for the preceding year, are as follows:

	2005	2004
Principal amount	$ 1,500,000	$ 1,500,000
Maturity date	March 4, 2006	February 23, 2005
Interest rate	2.89%	2.25%

Interest is due upon maturity, and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities.

8. Related party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses and the amounts due to (from) those related parties at the end of the year. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

	2005		2004	
Related Party and Nature of Service Provided	**Expense**	**Payable/ (Receivable)**	**Expense**	**Payable/ (Receivable)**
PWGSC				
Accommodation	$ 467,846	$ —	$ 467,388	$ —
Management / Information Technology	410,587	403,412	350,562	(60,438)
Translation Services	145,976	22,449	123,245	5,279
Other Services	27,202	27,202	—	—
	1,051,611	453,063	941,195	(55,159)
Treasury Board				
Employee Benefits	680,841	38,529	628,079	62,117
CDIC—Professional Services				
Call Centre Administration	395,847	155,589	259,369	70,726
OSFI—Professional Services				
Financial Services	110,000	(286)	110,008	—
Human Resources Services	95,819	1,181	92,525	—
Internal Audit Services	47,000	47,000	—	—
Research Services	17,938	—	7,024	—
	270,757	47,895	209,557	—
Department of Finance				
Interest on Loan from the Consolidated Revenue Fund	97,103	3,253	125,947	3,462
Total	**$ 2,496,159**	**$ 698,329**	**$ 2,164,147**	**$ 81,146**

9. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space are outlined below.

Year ending March 31	Service agreements	Operating lease	Total
2006	$ 724,872	$ 291,347	$ 1,016,219
2007	743,201	—	743,201
2008	385,702	—	385,702
2009	397,607	—	397,607
2010	410,107	—	410,107
Total	**$ 2,661,489**	**$ 291,347**	**$ 2,952,836**

10. Administrative monetary penalties

The Commissioner of the FCAC may issue Notices of Violations and impose an administrative penalty in cases where he believes that there has been either a violation of the consumer provisions or non-compliance with any compliance agreement entered into pursuant to an Act listed in Schedule 1 to the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. The penalty amount may be as high as $50,000 for an individual and $100,000 for an institution.

Penalties levied by FCAC are non-respendable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

FCAC levied $80,000 (2004—$17,000) in administrative monetary penalties during fiscal year 2004–05.

11. Parliamentary appropriation

FCAC did not receive a parliamentary appropriation during the fiscal year 2004–05. During fiscal year 2003–04, FCAC was granted a non-recurring appropriation of $36,000 to be applied to activities consistent with the Government Modern Comptrollership initiative.

12. Comparative figures

Certain 2004 comparative figures have been reclassified to conform to the presentation adopted in 2005.

List of charts, tables and figures

No. Title **Page**

CHARTS

1 Distribution of FCAC publications 12
2 FCAC Web site visits per month, since launch 13
3 Total contacts received by FCAC, by source, 2004–05 24
4 Total contacts received by FCAC, by type of federally regulated financial institution, 2004–05 24
5 Contacts received by FCAC, by origin, 2004–05 25
6 Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre 49
7 Time taken to close a file generated by a consumer's letter, an e-mail or an in-person visit for non–compliance related matters 50
8 Time taken to close a file related to a compliance matter 50
9 Overall impression by consumers of *Credit Cards and You* 51
10 Overall impression by consumers of *Credit Cards and You* and *Cost of Banking Guide*, 2004–05 51

TABLES

1 FCAC Web site usage 13
2 Total contacts received by FCAC, by location, 2004–05 23
3 Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category, 2004–05 26
4 Total compliance contacts received, by category 29
5 Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings 30
6 Compliance cases closed where action was taken, 2004–05 34
7 Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004–05 35
8 Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments, by type of disposition, 2004–05 38
9 Matters related to branch closures 39

FIGURES

1 FCAC compliance case management process, as of March 31, 2005 41
2 FCAC's impact on the Canadian financial marketplace 47

04 APPENDICES

Appendix A

GLOSSARY

Administrative Monetary Penalty

A monetary penalty that the Commissioner can impose after determining that a violation has been committed. The penalty could be as high as $50,000 for an individual or $100,000 for an institution. The amount is determined on the basis of three criteria: the degree of intent or negligence of the violator, the harm done by the violation, and any history of previous violations.

Case

A file opened by FCAC's Compliance and Industry Relations Branch pertaining to a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

Closed case

A compliance case closed between April 1 and March 31 of the reporting year.

Code of conduct

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or industry. FCAC monitors whether federally regulated financial institutions comply with their voluntary codes of conduct.

Coercive tied selling

The use of coercion or undue pressure to induce an individual to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate, as a condition for obtaining another product or service from that same source.

Complaint

A verbal or written expression of dissatisfaction by a consumer, related to any area of activity of a financial institution.

Complaint-handling procedure

A procedure that federally regulated financial institutions are legally required to put in place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from a financial institution in Canada. Financial institutions must file their complaint-handling procedures with FCAC.

Compliance Agreement

An agreement entered into by the Commissioner and the senior management of a financial institution, specifying corrective measures designed to further compliance with the consumer provisions, and setting out a time frame for implementation of the measures.

Compliance, finding of

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with the law, or with the institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

Compliance framework

A framework outlining how FCAC supervises financial institutions' compliance with the legislated consumer provisions, and how it monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

Compliance measures

A series of actions that the Commissioner may implement when an institution is found to have violated a consumer provision. Determined on a case-by-case basis, the compliance measures range from a Letter of Reprimand to proceedings initiated through a Notice of Violation, and may include an Administrative Monetary Penalty.

Consumer provision

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. When designated by regulation, contravention of such a provision constitutes a violation.

Examination

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, to satisfy the Commissioner that a financial institution is complying with the consumer provisions, as well as with its code of conduct or public commitment. FCAC forwards the conclusions of such examinations to the Minister of Finance.

Filing

A document that a federally regulated financial institution is required, by legislation (the *Bank Act*, the *Cooperative Credit Associations Act*, the *Insurance Companies Act* or the *Trust and Loan Companies Act*), to file with FCAC.

Letter of Reprimand

An administrative measure, provided for in FCAC's compliance framework. The Commissioner may issue a Letter of Reprimand in a case where a violation by a financial institution involves a non-systemic problem, and where the matter is not serious enough to require a Notice of Violation and a monetary penalty. In a letter sent to the institution, the Commissioner notes the violation and, if applicable, confirms that the institution has taken the proper corrective action. The violation forms part of the institution's compliance history.

Non-compliance, finding of

After investigation by FCAC, a determination that the actions of a particular financial institution do not comply with the law or with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

Non-violation, finding of

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with its consumer provision obligations.

Notice of Violation

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that there are reasonable grounds to believe that the institution has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the violation, the nature of the violation and the proposed amount of the Administrative Monetary Penalty to be levied against the institution by FCAC. After the Commissioner issues a Notice of Violation and receives representations from the institution, he decides on a balance of probabilities whether the financial institution committed the violation and, where appropriate, issues a Notice of Decision. The Notice of Decision describes any Administrative Monetary Penalty imposed. The Commissioner may also publicize the violation.

Opened case

A case opened in FCAC's tracking system between April 1 and March 31 of the reporting year.

Pending case

A compliance case still under investigation by FCAC as of March 31 of the reporting year.

Public Accountability Statement

A statement that each financial institution with $1 billion or more in equity is required, by law, to publish annually and file with the FCAC Commissioner. The statement describes the contributions made by the institution to Canada's economy or society.

Public commitment

A commitment adopted and made publicly by a financial institution (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution. FCAC monitors compliance by federally regulated financial institutions with their public commitments.

Self-reported complaint / Reportable complaint

A complaint involving a consumer provision that is escalated to the reportable level of a financial institution's complaint-handling process. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the framework) that involves a consumer provision.

Violation

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations*.

Withdrawn case

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has withdrawn it or because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to obtain the facts necessary for continuing the investigation.

Appendix B

CONSUMER PROVISIONS AND REGULATIONS

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions affected by each provision.

Type of consumer provision	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts	X	X		X
Requirement to disclose the cost of borrowing	X	X	X	X
Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect)	X	X	X	X
Requirement to open retail deposit accounts	X			
Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC	X			
Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect) *Note: Instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, eight financial institutions have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.*	X			
Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge	X	X		X

Type of consumer provision (continued)	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Prohibition on charging for cashing government cheques	X	X		X
Obligation to cash government cheques to a maximum of $1,500, as specified by regulation	X			
Requirement to provide notice before closing a retail branch	X	X		X
Requirement for each institution with equity of $1 billion or more to file a Public Accountability Statement	X	X	X	
Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC	X	X	X	X
Requirement to join a separate complaints resolution organization		X	X	X
Restriction concerning coercive tied selling	X			
Requirements to disclose information to consumers in accordance with regulations (e.g. regulations on index-linked deposits, cheque holding policies)	X	X	X	X
Consumers' right to prepay loans	X	X	X	X
Requirement for an institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions	X	X	X	X

Related matters	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses)	X	X	X	X
Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention	X	X	X	X
Requirement for institutions to provide information to the Commissioner as necessary	X	X	X	X
Requirement for annual compliance examination and reporting	X	X	X	X
Ability to enter into Compliance Agreements	X	X	X	X
Requirement to pay assessments for funding of FCAC	X	X	X	X
Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties	X	X	X	X

STATUS OF CONSUMER PROVISIONS AND RELATED REGULATIONS

as of March 31, 2005

Name of regulations	Status	Reference No.
Access to Basic Banking Services Regulations	in force	SOR/2003-184
Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations	in force	SOR/2002-39
Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations	in force	SOR/2001-370
Complaint Information (Banks) Regulations	in force	SOR/2001-371
Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations	in force	SOR/2001-373
Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations	in force	SOR/2001-372

Name of regulations (continued)	Status	Reference No.
Complaint Information (Retail Associations) Regulations	in force	SOR/2001-374
Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations	in force	SOR/2001-375
Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations	in force	SOR/2002-262
Cost of Borrowing (Banks) Regulations	in force	SOR/2001-101
Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations	in force	SOR/2001-102
Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations	in force	SOR/2001-103
Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations	in force	SOR/2002-263
Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations	in force	SOR/2001-104
Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations	in force	SOR/99-278
Disclosure of Charges (Banks) Regulations	in force	SOR/92-324
Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations	in force	SOR/2003-297
Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations	in force	SOR/1999-272, as amended by SOR/2001-468
Disclosure of Interest (Banks) Regulations	in force	SOR/1992-321, as amended by SOR/2001-469
Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations	in force	SOR/2003-298
Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations	in force	SOR/1992-322, as amended by SOR/2001-470
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations	in force	SOR/2001-471
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations	in force	SOR/2001-472
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations	in force	SOR/2003-299
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations	in force	SOR/2001-473
Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial !nstitutions Regulations	in force	SOR/2001-474
Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations	in force	SOR/2002-101

Name of regulations (continued)	Status	Reference No.
Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations	in force	SOR/2002-102
Notice of Branch Closure (Banks) Regulations	in force	SOR/2002-104, as amended by SOR/2003-70
Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations	in force	SOR/2002-105, as amended by SOR/2003-70
Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations	in force	SOR/2002-106, as amended by SOR/2003-70
Notices of Uninsured Deposits Regulations	in force	SOR/99-388, as amended by SOR/2002-338
Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations	in force	SOR/2002-133

Appendix C

MAJOR CODES OF CONDUCT AND PUBLIC COMMITMENTS MONITORED BY FCAC

Codes of conduct

Canadian Bankers Association (CBA) Code of Conduct for Authorized Insurance Activities

Outlines the banks' standards for branch employees to offer credit, travel and personal accident insurance. Deals with training, disclosure, promotion practices, customer privacy protection and customer redress.

Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services

Outlines industry practices and consumer/industry responsibilities. Designed to protect Canadian consumers who use debit card services.

Codes of Conduct for Bank Relations with Small and Medium-Sized Businesses

Each bank develops and applies its own code to the business activities it conducts with small and medium-sized enterprise (SME) customers. Every code includes the key elements of the CBA Model Code of Conduct, the minimum standard for banks dealing with SMEs.

Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework

Intended to guide the actions of businesses, consumers and governments in Canada to develop a consumer protection framework for electronic commerce over open networks, including the Internet.

Public commitments

Credit Cards

Several financial institutions have made formal commitments to protect consumers from the unauthorized use of credit cards. These commitments outline consumers' liability for fraudulent transactions.

Guidelines for the Transfer of Registered Plans

Commitment to respect a designated maximum amount of time that banks may require to process transfers of deposit-type registered plans.

Low-Cost Accounts

Eight Canadian financial institutions have undertaken to offer accounts that meet guidelines set out by the federal government since February 2001, with the aim of ensuring that Canadians have access to affordable banking services.

Plain-Language Mortgage Documents

Reflect the banks' commitment to improving the understandability of residential mortgage documents.

Undertaking on Right of Rescission of Index-linked Deposits Purchased by Telephone

For telephone purchasers of index-linked deposits who have not received the required written statement prior to purchase, seven Canadian financial institutions have committed to allowing the opportunity to rescind the purchase within 48 hours from the actual or deemed receipt of such a statement, whichever is earlier.

Undertaking on Unsolicited Services

Six Canadian financial institutions have committed to implementing procedures designed to protect consumers when offering unsolicited services.

Note: For definitions of the terms "code of conduct" and "public commitment," see Appendix A (Glossary).

Agence de la consommation en matière financière du Canada
Financial Consumer Agency of Canada

Dans l'intérêt des Canadiens

RAPPORT ANNUEL 2004-2005

Protéger les consommateurs *Informer les Canadiens*

Canada

NOTRE **MISSION**

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :

- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
- fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

Comment communiquer avec l'ACFC

Pour obtenir plus de renseignements, formuler des commentaires ou vous procurer d'autres exemplaires de la présente publication, veuillez communiquer avec l'ACFC.

Téléphone (Centre de communications avec les consommateurs)	1 866 461-2232 (sans frais)
Télécopieur	1 866 814-2224 (sans frais)
Courriel	
information	info@acfc.gc.ca
publications	pub@acfc.gc.ca
demandes des médias	media@acfc.gc.ca
Site Web	www.acfc.gc.ca
Adresse	Agence de la consommation en matière financière du Canada Édifice Enterprise, 6e étage 427, avenue Laurier Ouest Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

N° de catalogue : FC1-2005
ISBN : 0-662-69071-0

Table des matières

Lettre du commissaire 3

Le bilan de l'année

Aperçu 8
Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques 10
Direction de la conformité et des relations avec l'industrie 19

Dans l'intérêt des Canadiens

Questions qui préoccupent les Canadiens 25
Donner suite aux préoccupations des Canadiens 42
Activités de l'ACFC 44
Rendement de l'ACFC 48

États financiers 56

Liste des figures, des tableaux et des schémas 71

Annexes

A : Glossaire 73
B : Dispositions et règlements visant les consommateurs / État des règlements en vigueur 76
C : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC 81

Agence de la consommation en matière financière du Canada
Financial Consumer Agency of Canada

Édifice Enterprise, 6e étage
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Le 23 septembre 2005

L'honorable Ralph Goodale, C.P., député
Ministre des Finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0M6

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1er avril 2004 au 31 mars 2005, soit la troisième année d'activités complète de l'Agence.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

Le commissaire,

William G. Knight

Canada

Lettre du commissaire

La troisième année d'activités complète de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a pris fin le 31 mars 2005. Les trois dernières années auront été une période clé, pendant laquelle nous avons travaillé à la mise en place d'une organisation forte et efficace, et ce, à tous les niveaux. Maintenant que nous avons établi une organisation qui comprend clairement les besoins des consommateurs canadiens, nous passons à une autre étape.

L'expérience acquise nous a permis de mieux définir le rôle de l'Agence en tant qu'organisme de réglementation des pratiques du secteur des services financiers sous réglementation fédérale. Après trois années complètes à titre de premier commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, je suis aujourd'hui en mesure de parler des pratiques du secteur, et de ce que cela veut dire pour les consommateurs canadiens.

Le secteur des services financiers devenant de plus en plus complexe, les consommateurs sont appelés à relever des défis de taille. Il est donc primordial qu'ils obtiennent des renseignements clairs et exacts pour pouvoir faire des choix judicieux, et que les pratiques du secteur soient convenables. À titre d'organisme de réglementation, la tâche de l'Agence consiste à s'assurer que tous les participants au marché disposent des renseignements dont ils ont besoin. Une divulgation appropriée de l'information constitue donc un élément essentiel d'un système de surveillance efficace.

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada a été établie par le Parlement pour protéger les consommateurs canadiens et pour veiller à ce qu'ils aient l'information dont ils ont besoin pour participer activement au marché des services financiers et renforcer ce marché. Étant donné le double mandat de protection et d'information que nous remplissons, nous exerçons une fonction importante qui est indispensable à l'existence d'un secteur vigoureux, concurrentiel et équitable.

Je suis fier de ce que nous avons accompli pour fournir aux Canadiens des renseignements qui autrefois étaient inaccessibles ou difficiles à obtenir. Les paragraphes qui suivent font état de quelques-unes de nos réalisations les plus importantes, de même que d'enjeux et d'objectifs qui ont marqué l'exercice écoulé.

En 2004-2005, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a fait œuvre de pionnier en décelant des lacunes en matière d'information et en créant de nouveaux outils pour les combler.

Par exemple, en décembre 2004, l'Agence a lancé une base de données accessible en ligne sur les fermetures de succursales. Cette base de données, dont l'information remonte à février 2002, comprend les dates de fermeture de plus de 700 succursales bancaires canadiennes ainsi que l'emplacement de celles-ci. Même si les banques ont déjà communiqué l'information concernant ces fermetures de succursales au moyen de leurs déclarations sur les responsabilités envers la collectivité, c'est la première fois que tous les renseignements sont regroupés et mis à la disposition des consommateurs en temps réel. C'est aussi la première fois que l'information est colligée dans une base de données consultable. Les consommateurs ne sont pas les seuls à bénéficier de cette accessibilité de l'information. En effet, grâce à cette banque de données, les chercheurs, les groupes de défense des consommateurs et d'autres intervenants du secteur financier peuvent désormais recenser les régions nécessitant des services financiers.

En mars 2004, l'Agence a inauguré un autre instrument novateur : une base de données en ligne sur le traitement des plaintes. Cet outil permet aux consommateurs d'accéder facilement, étape par étape, aux procédures de traitement des plaintes de toute banque canadienne ou société de fiducie, de prêt ou d'assurances sous réglementation fédérale. De nombreuses institutions s'étaient déjà dotées de telles procédures avant même que l'Agence soit mise sur pied. Cependant, les consommateurs disposaient de peu d'aide pour déterminer quelles étapes suivre, à qui s'adresser à chaque étape et à quels moyens ils pouvaient avoir recours en cas de non-règlement de leurs différends avec leur institution financière par les procédures internes. C'est la première fois que les consommateurs ont accès à un outil interactif à jour, qui leur donne la possibilité de consulter les procédures de traitement des plaintes de toutes les institutions financières sous réglementation fédérale au Canada.

Outre les ressources interactives qu'elle met à la disposition des consommateurs, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada fait œuvre de pionnier sur d'autres fronts. En 2003-2004, l'Agence a commencé à examiner les documents hypothécaires des banques afin de déterminer la mesure dans laquelle les clauses qu'on y trouve sur la pénalité pour remboursement anticipé des hypothèques étaient claires et exactes. Suite à cet examen, en 2004-2005, plusieurs banques ont pris des mesures afin de faire en sorte que leurs clauses soient rédigées en langage clair et comprennent tous les renseignements dont les emprunteurs ont besoin pour établir le montant de la pénalité. Grâce aux travaux que nous avons menés à bien avec le secteur dans ce domaine, les consommateurs reçoivent désormais des documents d'information beaucoup plus clairs.

Selon moi, l'Agence et le secteur doivent faire preuve de transparence. Lorsqu'il y a un problème, les institutions financières en cause doivent intervenir et s'y attaquer ouvertement. En étant plus conscients des problèmes, les consommateurs et le secteur peuvent déceler les pratiques peu convenables et conjuguer leurs efforts, chacun à sa façon, pour améliorer le système.

En 2004-2005, j'ai publié le nom de deux institutions financières qui ne s'étaient pas conformées aux lois adoptées par le gouvernement fédéral pour protéger les consommateurs et je leur ai imposé des sanctions administratives pécuniaires. Dans le cadre de la première décision, j'ai annoncé qu'une institution avait violé le *Règlement sur le coût d'emprunt*

(sociétés de fiducie et de prêt) en omettant de communiquer pleinement par écrit la nature et le montant des frais autres que les intérêts qui sont exigés lorsque la fréquence des paiements hypothécaires est modifiée. Dans le cadre de la deuxième décision, j'ai annoncé qu'une autre institution avait violé le *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)* en plaçant, dans ses succursales de détail, des annonces publicitaires qui indiquaient un taux d'intérêt hypothécaire sans préciser la durée du prêt. J'ai imposé une sanction pécuniaire de 50 000 $ à la première institution et de 30 000 $ à la deuxième institution.

Outre le travail accompli auprès du secteur, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada fait tout ce qu'elle peut pour sensibiliser un nombre toujours plus grand de Canadiens et améliorer ses propres pratiques exemplaires internes.

En octobre et en novembre 2004, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a collaboré avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada pour mener une initiative consistant à communiquer de l'information sur les droits en matière bancaire et les avantages du dépôt direct à plus de 7 millions de Canadiens. Sous la direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, les partenaires ont diffusé de l'information au moyen d'encarts joints aux chèques versés au titre du remboursement de la TPS, de la Prestation fiscale pour enfants, de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada. En conséquence, plus de 230 000 bénéficiaires de plus ont opté pour la formule du dépôt direct, un moyen plus sûr et plus rapide pour eux de recevoir leur argent.

Ma présentation devant le Comité sénatorial permanent des banques et du commerce a été un autre fait marquant de cette année. Ce fut un plaisir pour moi de m'adresser aux membres du Sénat et de leur parler des travaux importants que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada accomplit, ainsi que des services que nous offrons depuis les trois dernières années. J'en ai profité pour aborder certains points soulevés par les sénateurs à l'égard des grands enjeux auxquels les consommateurs canadiens de produits et de services financiers font face de nos jours. J'ai traité notamment des lacunes que l'Agence pourrait être en mesure de combler dans ces domaines sur le plan de l'information. Il a entre autres été question des prêts sur salaire, des techniques d'offre de cartes de crédit et du phénomène croissant de la fraude liée à la télématique bancaire.

Les prêts sur salaire sont un sujet de préoccupation que je soulève depuis le dépôt du premier rapport annuel de l'Agence en 2001. En effet, le secteur des prêts sur salaire a pris une expansion étonnamment rapide, et les services qu'il offre attirent un nombre croissant de consommateurs. Pour que les consommateurs aient facilement accès à des renseignements clairs et exacts, l'Agence a préparé une brochure dans laquelle elle explique les frais additionnels qu'occasionnent les prêts sur salaire. La brochure contient également des renseignements sur d'autres modes de financement à court terme offerts par les institutions financières réglementées, notamment les marges de crédit, les prêts bancaires et la protection de découvert. De concert avec nos partenaires, nous poursuivrons notre examen des raisons qui expliquent la croissance des sociétés de prêts sur salaire afin de mieux informer les consommateurs sur les choix qui s'offrent à eux.

L'information est essentielle à la prise de décisions éclairées des consommateurs. C'est pourquoi je continuerai de suivre de près les techniques d'offre

de cartes de crédit. Au cours de l'année écoulée, les institutions financières ont proposé des cartes de crédit assortis de « taux aussi bas que » au lieu de préciser les taux réels. Cette pratique est selon moi inacceptable. Avant de faire une demande de carte de crédit, les consommateurs doivent connaître le taux d'intérêt applicable. Si tous les renseignements ne sont pas divulgués, les Canadiens ne sont pas en mesure de faire le tour du marché en vue d'effectuer des choix judicieux.

Les consommateurs doivent être au courant non seulement des taux et des frais applicables, mais aussi des risques auxquels ils s'exposent en se procurant un service ou un produit financier. Alors que continue à augmenter le nombre de Canadiens qui adoptent la télématique bancaire, notre tâche consistera à veiller à ce que les consommateurs soient conscients des risques s'y rapportant.

L'Agence suivra de près les nouveaux produits électroniques ou en ligne qui offrent aux consommateurs la possibilité de payer les biens qu'ils se procurent par des prélèvements directs de leurs comptes bancaires. L'année prochaine, nous rendrons compte au Parlement du respect d'un nouvel engagement public pris par les banques, lequel vise à protéger les consommateurs contre le risque de fraude et de transactions non autorisées que présente l'utilisation du système de paiement en ligne.

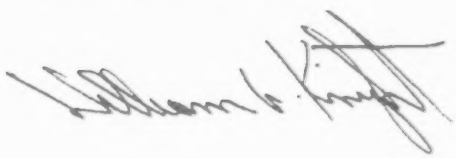
En 2005-2006, j'espère poursuivre les activités amorcées avec le secteur et nos partenaires pour ce qui est de ces questions et d'autres questions importantes. Plus précisément :

- nous terminerons l'analyse de « l'évaluation mystère » menée pour déterminer la conformité au *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*;
- nous organiserons le premier symposium national sur la capacité financière conjointement avec Social and Enterprise Development Innovations et le Projet de recherche sur les politiques;
- nous continuerons à échanger avec nos collègues internationaux les pratiques exemplaires que nous utilisons dans nos pays respectifs à titre d'organismes de réglementation du secteur des services financiers et de sa conduite sur le marché.

J'aimerais conclure en remerciant nos partenaires et intervenants, ainsi que les institutions financières que nous réglementons, pour leur réceptivité et leur collaboration continues.

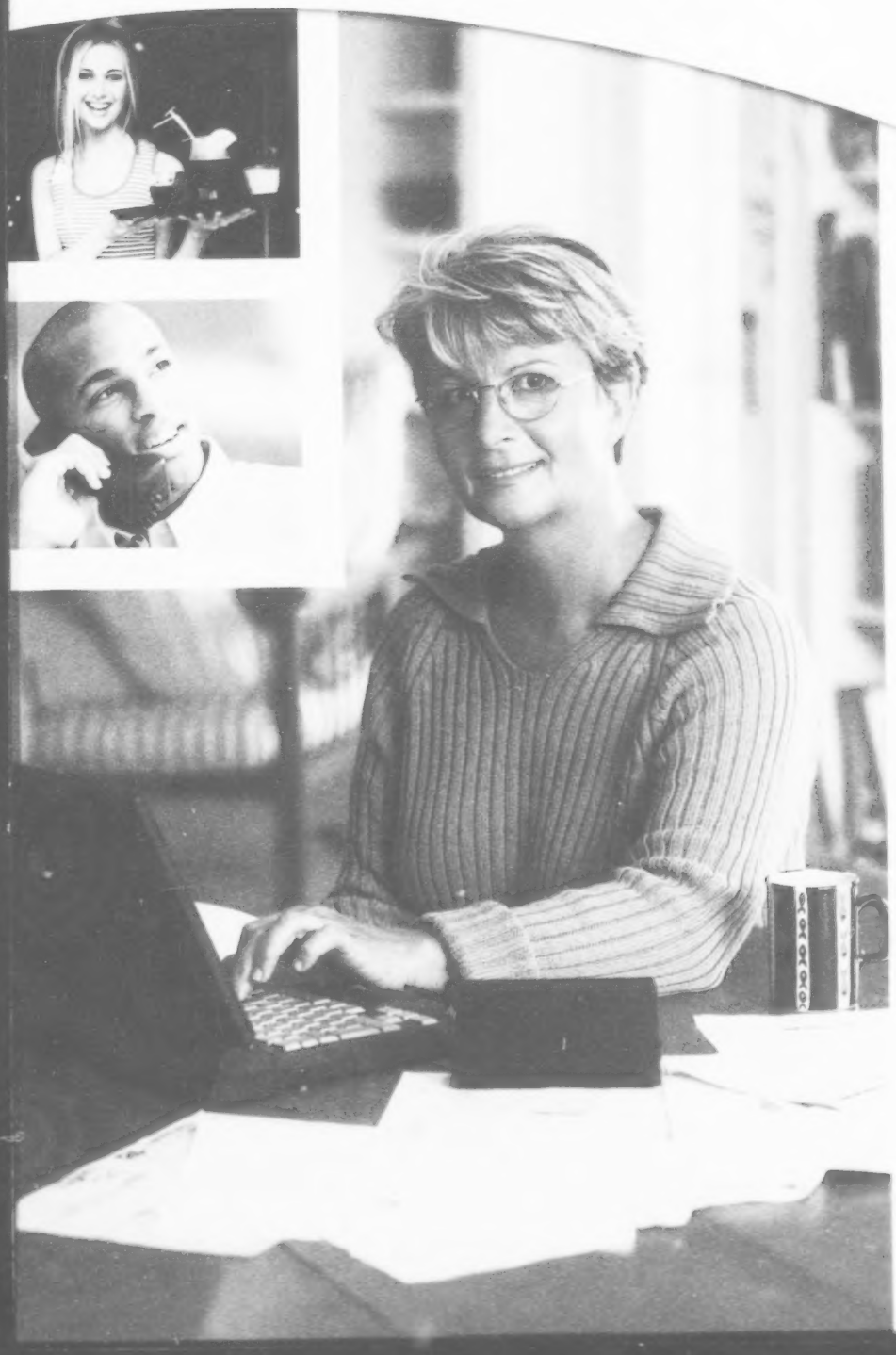
Je remercie également les membres de mon personnel pour l'énergie et la créativité remarquables qu'ils mettent au service de l'Agence. Grâce à leur engagement envers la vision de l'Agence et à leur détermination de protéger les consommateurs, ils demeurent une source d'inspiration.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight

LE BILAN DE L'ANNÉE 01



Aperçu

À l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC), nos activités sont guidées par notre vision d'un secteur financier juste et concurrentiel, au sein duquel les Canadiens peuvent obtenir facilement des renseignements fiables qui les aident à prendre des décisions éclairées en matière financière. Après trois années d'activités complètes, l'Agence a atteint un stade de développement qui lui permet de comprendre clairement les besoins des consommateurs canadiens en matière financière et d'exercer efficacement les fonctions d'organisme de réglementation des pratiques du secteur.

CHANGER LES CHOSES DANS L'INTÉRÊT DES CONSOMMATEURS

L'ACFC a adopté une approche proactive pour informer les Canadiens sur les questions financières. Notre fonction de surveillance et de suivi du secteur des services financiers sous réglementation fédérale nous permet d'apporter des améliorations dans l'optique des consommateurs.

En 2004-2005, nous avons continué d'utiliser un large éventail de méthodes pour informer les Canadiens de leurs droits et responsabilités dans le milieu financier. Nous avons distribué plus de 500 000 exemplaires de nos publications à l'intention des consommateurs, en version imprimée et par l'intermédiaire de notre site Web. Nous avons aussi mis à jour notre site Web, en y ajoutant deux nouvelles bases de données pour tenir les consommateurs informés.

Au cours de l'année, nous avons renforcé nos initiatives pour la rédaction de documents d'information en langage simple. Nous avons actualisé les données fournies dans nos publications rédigées en langage simple traitant du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*. De concert avec d'autres organismes gouvernementaux, nous avons aidé les Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées à comprendre leurs droits en matière financière.

En outre, dans le cadre de notre mandat d'information, nous avons travaillé à l'amélioration des documents hypothécaires, diffusé des avis pour sensibiliser les consommateurs aux risques de fraude, suivi de près l'évolution des frais de service, mené des activités de liaison externe en assistant à des salons professionnels et des conférences, et participé à des forums internationaux sur la réglementation des pratiques du secteur.

ÉCOUTER LES CANADIENS

Une priorité constante de l'ACFC consiste à prêter une oreille attentive aux consommateurs et à donner suite à leurs préoccupations. Grâce à nos initiatives en matière de liaison externe, le Centre de communications avec les consommateurs a reçu 26 145 appels téléphoniques en 2004-2005. C'est une augmentation spectaculaire de 69 p. 100 par rapport à l'année précédente et un nombre équivalant à plus du double du nombre d'appels reçus en 2002-2003, notre première année d'activités.

L'information que l'ACFC recueille auprès des consommateurs qui communiquent avec elle l'aide à mettre à jour et à améliorer la rubrique « Questions et réponses » de son site Web — une source d'information de plus en plus complète pour le consommateur de produits et de services financiers.

Par ailleurs, nous continuons à consulter les consommateurs pour savoir ce qu'ils pensent du service fourni par le Centre de communications. En 2005-2006, nous mènerons un sondage pour déterminer la satisfaction des consommateurs à cet égard.

RÉGLEMENTER LES PRATIQUES DU SECTEUR

L'ouverture et la divulgation sont des éléments essentiels dans l'exercice visant à informer les consommateurs. L'accent sur la transparence vient également rappeler aux institutions financières qu'elles sont sous surveillance. C'est pourquoi nous publions les principales décisions du commissaire dans le site Web de l'ACFC. L'Agence exerce ainsi une influence évidente sur le comportement et la capacité de réaction des institutions financières.

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a pour sa part mené plusieurs autres initiatives en 2004-2005, notamment une évaluation mystère sur l'accès aux services bancaires de base et une mise à jour du cadre de conformité.

DÉVELOPPEMENT DE L'ORGANISATION

L'ACFC est une organisation relativement nouvelle. À mesure que nous élaborons nos programmes, nous abordons des questions jamais traitées auparavant. Dans le passé, plusieurs entités fédérales assumaient la responsabilité de surveiller le secteur des services financiers. Avec la création de l'Agence, plusieurs responsabilités ont été réunies et intégrées au mandat de l'ACFC, ce qui a rendu la surveillance beaucoup plus efficace. Un cadre de conformité global guide désormais les institutions financières sous réglementation fédérale pour résoudre les problèmes liés à la conformité aux dispositions visant les consommateurs. Étant donné qu'elle réglemente les pratiques du secteur, l'Agence surveille automatiquement la conformité.

Ce ne sont là que quelques méthodes utilisées par l'ACFC pour influer sur le comportement du secteur des services financiers canadien et des consommateurs. Nous continuerons de consolider nos assises pour répondre à la demande d'information et d'aide des Canadiens à mesure qu'ils participent aux activités quotidiennes du marché financier.

En 2004-2005, nous avons continué d'utiliser un large éventail de méthodes pour informer les Canadiens de leurs droits et responsabilités dans le milieu financier. Nous avons distribué plus de 500 000 exemplaires de nos publications à l'intention des consommateurs, en version imprimée et par l'intermédiaire de notre site Web.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

INFORMER LES CANADIENS

En 2004-2005, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a continué d'axer ses activités sur la communication aux Canadiens de l'information dont ils ont besoin pour fonctionner efficacement dans le secteur financier.

L'approche proactive de la Direction est des plus précieuses pour tous les Canadiens. Nous fournissons aux consommateurs des renseignements impartiaux au sujet de divers produits et services financiers, et sur les pratiques considérées comme convenables dans le secteur financier. L'ACFC a mis au point de nouveaux outils, notamment la base de données sur les fermetures de succursales et la base de données sur le traitement des plaintes. Ces outils aident les consommateurs à prendre des décisions éclairées en leur fournissant des renseignements opportuns et utiles. Par ailleurs, nous préconisons l'utilisation d'un langage simple dans le domaine financier pour que l'information soit facile à comprendre, et nous utilisons des modes de communication créatifs et rentables grâce à nos initiatives en matière de liaison externe.

Produits et instruments d'information pour les Canadiens

Initiatives pour la rédaction en langage simple

- ***Comprendre les besoins des Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées***

  D'après l'Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes, 22 p. 100 des Canadiens adultes éprouvent d'importantes difficultés à comprendre les documents imprimés quels qu'ils soient. De plus, un autre 24 p. 100 ne peut lire que les textes simples[1].

  Pour remplir son mandat de protection et d'information des consommateurs, l'ACFC travaille pour aider *tous* les Canadiens — y compris ceux aux capacités de lecture et d'écriture limitées — à comprendre l'information financière qui leur est communiquée.

  Depuis ses débuts, l'ACFC participe activement à diverses initiatives pour promouvoir la communication en langage simple. L'Agence a produit plusieurs publications en langage simple pour des groupes aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Nous avons établi des relations avec d'autres organismes qui œuvrent dans le même but et nous avons participé à des activités de liaison externe ciblées.

[1] *Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada*, Statistique Canada, 1996.

Par ailleurs, l'ACFC a priorisé sur la mise en place d'une compétence interne en communication en langage simple. À cette fin, les membres de son personnel ont participé à des conférences sur l'alphabétisme, suivi des cours de formation spécialisés en rédaction en langage simple et assisté à des séances de mise à l'essai auprès de groupes cibles réunissant des Canadiens à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées.

- ***Mise à l'essai auprès de groupes cibles***
  En 2003-2004, l'ACFC a dirigé des groupes de consultation réunissant des consommateurs à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées pour savoir comment ils réagissaient face à deux brochures en version imprimée : *Ouvrir un compte de banque personnel* et *Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada* (voir le *Rapport annuel 2003-2004*, page 11). Ces séances de consultation ont permis à l'Agence de se rendre compte de la manière dont ces consommateurs utilisent et comprennent ses documents, et de la façon dont l'information peut leur être plus accessible.

  En 2004-2005, l'ACFC a utilisé les résultats de ces séances de consultation pour réviser et remanier ses brochures. La réaction a été positive : l'une des brochures, *Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada*, vient d'être retenue par les centres Service Canada, partout au pays, qui la considèrent comme une brochure de base.

De concert avec Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDCC), en février et en mars 2005, l'ACFC a participé à une nouvelle série de mises à l'essai auprès de groupes cibles réunissant des Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Les séances de consultation portaient sur une publication conjointe des deux organismes traitant des régimes enregistrés d'épargne-études.

- ***Collaboration avec d'autres spécialistes de la rédaction en langage simple***
  L'ACFC entretient d'étroites relations avec des spécialistes de la rédaction en langage simple de l'extérieur. Depuis 2003, un comité de rédaction indépendant révise les publications en langage simple de l'Agence pour en vérifier la lisibilité. Cette approche s'est poursuivie en 2004-2005.

  L'Agence travaille aussi avec la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français (FCAF). Cet organisme nous a aidé à évaluer les niveaux d'alphabétisation requis pour comprendre nos publications et elle nous a fait des recommandations sur la façon de les rendre plus accessibles aux consommateurs qui ont des capacités d'écriture et de lecture limitées.

  Le personnel de l'ACFC a contribué aux forums « Pour des communications plus claires » de la FCAF tenus partout au Canada (voir page 15) en transmettant les résultats de nos mises à l'essai auprès de groupes cibles à d'autres spécialistes du langage simple.

- *Travailler avec le secteur*
  L'ACFC a conclu une entente avec MasterCard Canada pour mener un projet dont l'objectif est d'améliorer la clarté des documents d'information sur les cartes de crédit. Le projet consistera à examiner 14 formulaires de demande en français et en anglais, et à évaluer le niveau d'alphabétisation requis pour les comprendre. Les résultats de l'évaluation permettront de formuler des recommandations et de réviser les formulaires.

Publications

- L'ACFC a publié des versions révisées de ses deux publications en langage simple : *Ouvrir un compte de banque personnel* et *Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada*.

- Étant donné la popularité du guide en ligne *L'ABC des prêts hypothécaires*, l'Agence a décidé d'en produire une version imprimée. Cette publication aide à :

  - comprendre les prêts hypothécaires;
  - connaître les droits et les responsabilités des consommateurs;
  - faire une demande de prêt hypothécaire;
  - trouver des conseils pratiques relatifs aux hypothèques.

- Au cours de l'année écoulée, l'ACFC a préparé une brochure à l'intention des consommateurs, qui s'intitule *Le coût des prêts sur salaire*. Ce document a été initialement offert en version électronique, mais il est tellement apprécié des consommateurs que l'Agence a décidé d'en produire une version imprimée. *Le coût des prêts sur salaire* aide les consommateurs à comprendre :

  - les prêts sur salaire et leur fonctionnement;
  - la mesure dans laquelle les prêts sur salaire ont un effet sur la cote de crédit;
  - le calcul à effectuer pour savoir combien coûte un prêt sur salaire;
  - le coût d'un prêt sur salaire comparativement à celui d'autres types de crédit;
  - la façon d'éviter les problèmes et d'économiser de l'argent.

La **figure 1** montre la distribution des publications de l'ACFC en 2004-2005. En tenant compte des publications imprimées et des téléchargements des versions électroniques, le nombre total de publications distribuées s'est accru de 61 p. 100 par rapport à 2003-2004.

Figure 1 : Distribution des publications de l'ACFC[1]

[1] Dans le nombre de publications téléchargées, on n'a pas tenu compte de 14 880 téléchargements additionnels de documents préparés par l'ACFC, mais non conçus au départ pour être distribués au public, comme par exemple le cadre de conformité de l'ACFC.

Enquêtes et études

- En février 2005, l'ACFC a retenu les services d'une société de recherche indépendante, Ipsos-Reid, afin de déterminer :
  - les raisons pour lesquelles les consommateurs pourraient ne pas avoir de compte de chèques ou de compte d'épargne;
  - les raisons pour lesquelles les consommateurs ont recours aux sociétés qui offrent des prêts sur salaire ou encaissent les chèques;
  - si des consommateurs avaient essuyé un refus lorsqu'ils avaient tenté d'ouvrir un compte et s'ils connaissaient les motifs du refus;
  - la mesure dans laquelle les consommateurs connaissent l'Agence.

  L'ACFC utilisera les résultats du sondage pour renforcer les connaissances des consommateurs en matière financière et sensibiliser ceux-ci à leurs droits, et pour cibler ses activités de liaison externe.

- En 2004-2005, le personnel de l'ACFC a mené une étude sur les frais de service et a préparé un rapport qui fait état de l'évolution des frais de service bancaires. L'objectif de l'étude était de mieux saisir les tendances observées au chapitre des frais de service des succursales bancaires de détail au Canada, de juin 2001 à juin 2004. Les tendances ont été établies à l'échelle nationale et provinciale, et selon chaque institution. L'ACFC actualisera les résultats de cette étude en 2005-2006.

Ressources du site Web

En 2004-2005, le site Web de l'ACFC a attiré en moyenne presque 1 300 visiteurs par jour, soit près du double de la moyenne quotidienne de l'année précédente (voir le **tableau 1**). Plus de 450 000 visites ont été enregistrées au cours de l'année, contre 254 854 en 2003-2004. Le nombre de visites du site Web sur une base annuelle a plus que triplé depuis notre première année d'activités complète en 2002-2003.

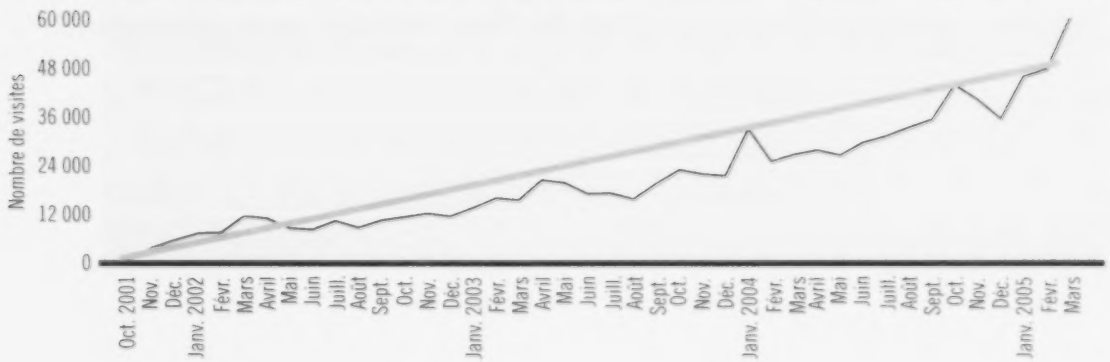
En mars 2005, le nombre de visites du site Web a atteint un sommet, soit 59 612, et ce succès tient sans doute en partie à la campagne publicitaire que nous avons menée pendant ce mois. La publication de l'ACFC la plus fréquemment téléchargée était *Les cartes de crédit : à vous de choisir*, suivie des brochures (aussi bien les versions anciennes que nouvelles) qui décrivent les droits des Canadiens lorsqu'ils ouvrent un compte bancaire. Dans l'ensemble, les publications de l'ACFC ont été téléchargées du Web à 342 810 reprises en 2004-2005.

Tableau 1 : Utilisation du site Web de l'ACFC

	2002-2003	2003-2004	2004-2005
Nombre de visites[1]	132 197	254 854	458 253
Nombre moyen de visites par jour	362	696	1 300
Nombre de consultations des jeux-questionnaires de l'ACFC	—	6 593	11 652
Nombre de consultations de l'outil Guide du coût des services bancaires	—	14 744	7 492

[1] Le nombre de visites représente le nombre total de fois que les visiteurs ont consulté le site de l'ACFC. Si le visiteur reste inactif plus de 30 minutes, la visite est considérée comme terminée. Si le visiteur continue à consulter le site de l'ACFC après la limite du temps mort de 30 minutes, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite.

Figure 2 : Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement



Base de données de l'ACFC sur le traitement des plaintes

Lancée en mars 2005, la base de données sur le traitement des plaintes est un outil en ligne qui aide les consommateurs à trouver et à comprendre les procédures de traitement des plaintes des institutions financières. Les utilisateurs peuvent faire une recherche selon le type d'institution financière ou le nom de la banque, de la société d'assurances, de la société de prêt, de l'association de détail ou de la société de fiducie.

Base de données de l'ACFC sur les fermetures de succursales

Cette base de données sur les fermetures de succursales, accessible en ligne, permet aux consommateurs de visualiser les fermetures par date, lieu et institution financière. Ils peuvent également trouver l'emplacement de la succursale bancaire où leurs comptes ont été transférés.

Guides et outils en ligne

En mars 2005, nous avons mis à jour et réédité deux de nos principales publications en ligne, soit *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et le *Guide du coût des services bancaires*. *Les cartes de crédit : à vous de choisir* est un guide complet qui aide les consommateurs à comparer les diverses cartes de crédit offertes au Canada ainsi que les frais de service prélevés pour certaines transactions. Le *Guide du coût des services bancaires* aide les consommateurs à trouver les forfaits de services bancaires qui répondent le mieux à leurs besoins.

Décisions du commissaire

Pour atteindre ses objectifs de transparence et de divulgation, l'ACFC a de nouveau affiché dans son site Web en 2004-2005 les décisions finales du commissaire relativement à des cas de conformité.

Questions et réponses

La section « Questions et réponses » du site Web de l'ACFC s'adresse aux consommateurs. Il s'agit de l'une des ressources d'information en matière financière les plus complètes au Canada. En 2005-2006, l'ACFC révisera l'interface-utilisateur de « Questions et réponses » pour la rendre plus conviviale.

Liaison externe

L'ACFC étant une organisation relativement petite, son personnel doit travailler fort pour communiquer l'information aux Canadiens. Grâce à l'appui sans réserve de ses partenaires, l'Agence a vu ses activités de liaison externe prendre de l'ampleur, devenir plus spécialisées et plus perfectionnées.

Liaison externe pour la promotion du langage simple

- L'ACFC a participé aux forums « Pour des communications plus claires », un projet de la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. Dans le cadre de ce projet, des forums ont été organisés partout au Canada afin de promouvoir l'utilisation d'un langage simple dans les communications avec le grand public. Notre contribution aux forums nous a permis de mettre à profit notre expérience de la production de documents destinés aux personnes dont les capacités de lecture et d'écriture sont limitées.

- Lors d'une série d'ateliers pilotes, des représentants de l'ACFC ont utilisé notre tout nouveau guide *Former l'agent de formation* pour fournir de l'information au sujet de l'Agence et du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*. Le guide, qui fait valoir les principes de la communication en

langage simple, a été préparé de manière à être accessible aux nouveaux arrivants au pays et aux Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées.

Les 26 ateliers ont été tenus à Toronto, dans les YMCA, des écoles pour adultes, des centres coopératifs pour adultes et des centres d'emploi. Ces ateliers s'adressaient aux néo-Canadiens, aux immigrants admis et aux investisseurs débutants. En 2004-2005, ces ateliers ont permis de joindre directement plus de 790 personnes.

- L'ACFC et RHDCC ont organisé conjointement un projet pilote dans le cadre de l'Initiative nationale pour les sans-abri. L'ACFC a préparé des ateliers à l'intention des fournisseurs de services aux personnes à risques et sans abri dans les régions de Kitchener-Waterloo et de Cambridge. Trois ateliers ont permis de renseigner 32 fournisseurs de services et 20 personnes à risques.

Annexe de documents aux chèques

Grâce aux partenariats qu'elle a établis avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada, l'ACFC a pu joindre 7,5 millions de consommateurs en 2004-2005. L'ACFC leur a fourni de l'information sur le droit des consommateurs d'ouvrir un compte bancaire, l'accès aux comptes à frais réduits et la formule du dépôt direct pour les chèques du gouvernement du Canada.

Cette information a été communiquée au moyen d'encarts joints aux chèques versés au titre du remboursement de la TPS, de la Prestation fiscale pour enfants, de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada en octobre et en novembre 2004. Cette initiative a permis à plus de 230 000 Canadiens d'opter pour la formule du dépôt direct pour leurs chèques de remboursement de la TPS et de Prestation fiscale pour enfants. Le dépôt direct est un moyen plus sûr et plus rapide d'obtenir son argent, tout en réduisant les coûts assumés par les contribuables.

L'ACFC se tient au courant des questions d'actualité comme la fraude par courriel et les faux sites Web, et elle en informe les consommateurs à la rubrique « Avis aux consommateurs » de son site Web.

Avis aux consommateurs

L'ACFC se tient au courant des questions d'actualité comme la fraude par courriel et les faux sites Web, et elle en informe les consommateurs à la rubrique « Avis aux consommateurs » de son site Web. Cette année, l'Agence a publié des avis, entre autres sur les courriels frauduleux utilisant la technique de « l'hameçonnage » et les virus. Elle a également fourni de l'information aux consommateurs qui avaient acheté des billets d'avion de Jetsgo avec une carte de crédit.

Présentation au personnel des députés

L'ACFC a présenté un exposé d'une heure, dans les deux langues officielles, aux employés des députés qui sont appelés à traiter avec les électeurs. L'exposé, intitulé « Le Parlement et l'ACFC : aider les consommateurs canadiens de produits et de services financiers », leur a donné un aperçu de l'ACFC et a expliqué son rôle et son mandat. Les bureaux de circonscription de plusieurs députés distribuent maintenant les publications de l'ACFC au public.

Colloques financiers

Depuis 2003, l'ACFC participe aux conférences et expositions organisées pour les investisseurs dans le cadre du Salon financier. Elle y partage un stand avec la Société d'assurance-dépôts du Canada. Ces salons offrent aux investisseurs canadiens l'occasion d'en savoir plus sur l'Agence. Ils se sont tenus au début de 2005 à Toronto et à Vancouver, et ils ont attiré environ 6 000 personnes.

Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier

Le commissaire de l'ACFC a assisté à la deuxième réunion du Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier, qui a eu lieu en Irlande en octobre 2004. Cette rencontre a permis aux représentants de plus de 17 pays membres d'échanger de l'information sur la protection des consommateurs et leur sensibilisation au secteur des services financiers.

Pavillon du Canada

Au Festival des lumières 2004 de Charlottetown, l'ACFC a participé au Pavillon du Canada en donnant à 19 000 festivaliers un aperçu de l'Agence. Chaque été, le pavillon itinérant, financé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, offre la possibilité aux organismes gouvernementaux de se faire mieux connaître partout au pays. Au cours de l'année à venir, l'ACFC joindra encore plus de Canadiens en participant à un nombre accru de ces expositions dans plusieurs villes canadiennes. Cela lui permettra d'accroître la portée de sa fonction de liaison externe et de renforcer considérablement sa présence publique.

Publicité

En mars 2005, l'ACFC a mené une campagne publicitaire bilingue, sous le thème « Branchez-vous à la source », destinée à sensibiliser davantage les Canadiens aux services qu'elle offre. La campagne s'est déroulée dans les grandes villes du pays, par l'intermédiaire de divers médias imprimés et électroniques, y compris le populaire site Web www.canoe.ca. La presse écrite a permis de joindre environ 6,95 millions de consommateurs, et le réseau Internet plus de 1,2 million.

Services de communications avec les consommateurs

Les Services de communications avec les consommateurs (SCC) sont chargés de gérer toutes les communications que l'ACFC reçoit des consommateurs, qu'il s'agisse de visites sur place ou de communications par téléphone, par courriel ou par la poste. Bien souvent ils sont le premier point d'accès servant d'intermédiaire entre les consommateurs et l'Agence. Le personnel hautement compétent des SCC veille à ce que :

- les consommateurs soient traités de façon convenable et professionnelle;
- les demandes de renseignements et les plaintes des consommateurs soient évaluées correctement;
- les bons renseignements soient fournis sans tarder;
- la question de chaque consommateur soit assignée au bon service de l'ACFC, pour qu'on y donne suite.

La plupart des Canadiens communiquent avec l'ACFC par l'intermédiaire de la ligne téléphonique sans frais du Centre de communications avec les consommateurs. Les agents d'information du Centre répondent aux questions des consommateurs et offrent leur aide dans les deux langues officielles. Le Centre est ouvert de 8 h 30 à 18 h, heure normale de l'Est, du lundi au vendredi. Les personnes qui appellent

peuvent laisser un message après les heures d'ouverture, pendant les fins de semaine et les jours fériés. On répond aux messages le jour ouvrable suivant.

Pour en savoir plus sur les services aux consommateurs, se reporter à la page 51.

Relations avec les médias

L'ACFC considère que les médias sont un circuit essentiel permettant au public d'accéder à d'importants renseignements financiers. En 2004-2005, l'Agence a répondu à de nombreux appels de journalistes qui voulaient obtenir de l'information sur des questions préoccupant les consommateurs de produits et de services financiers. C'est ainsi que l'ACFC a été mentionnée dans les médias plus de 200 fois, ce qui lui a permis de communiquer des renseignements importants au sujet du secteur financier à plus de 20 millions de Canadiens[2]. Ce type de couverture est de loin la façon la plus rentable d'informer les Canadiens sur leurs droits et de les sensibiliser aux activités que mène l'Agence.

Dans les articles concernant l'ACFC, les trois principaux sujets ayant retenu l'attention des médias étaient les suivants : les problèmes liés aux cartes de crédit; les frais de service; et deux décisions importantes du commissaire dans le cadre desquelles il a publié le nom d'institutions, soit Hypothèques FirstLine et la Banque Laurentienne du Canada, ayant violé les lois fédérales qui protègent les consommateurs de produits et de services financiers.

Perspectives d'avenir

En 2005-2006, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques continuera de mettre l'accent sur la communication aux Canadiens de renseignements objectifs et compréhensibles. Nous mettrons en valeur les droits importants des consommateurs et traiterons des questions qui les préoccupent le plus, par exemple le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* et comment celui-ci protège leur droit aux services bancaires essentiels.

Une deuxième activité importante consistera à préconiser une définition plus claire de la « capacité financière » du point de vue des Canadiens et à aider ceux-ci à gérer leur argent efficacement, sans égard à leur niveau de revenu. À cet effet, l'ACFC organisera un symposium national conjointement avec Social and Enterprise Development Innovations et le Projet de recherche sur les politiques. Ce symposium permettra d'acquérir une meilleure compréhension du niveau de capacité financière au Canada et des mesures à prendre pour la renforcer et l'accroître.

Enfin, par l'intermédiaire de nos partenaires actuels et nouveaux, nous poursuivrons nos activités de liaison externe pour informer les Canadiens de leurs droits, et pour amener les consommateurs à connaître l'ACFC et les avantages qu'ils peuvent retirer de ses services.

[2] L'ACFC calcule le nombre global « d'impressions d'audience » en faisant la somme des chiffres relatifs au tirage ou à la diffusion des divers médias dans lesquels l'Agence a été mentionnée. Dans le cas des médias où il n'a pas été possible d'établir ces chiffres avec précision, aucun chiffre n'a été ajouté au total.

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

PROTÉGER LES CONSOMMATEURS

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour rôle de surveiller et d'appliquer les lois qui protègent les consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les institutions financières. Lorsqu'il est établi qu'une institution a violé une disposition visant les consommateurs, le commissaire peut adopter une ou plusieurs des mesures d'exécution suivantes : lettre de réprimande, entente de conformité ou sanction administrative pécuniaire.

Décisions importantes du commissaire

En novembre 2004, le commissaire a annoncé publiquement que deux institutions financières sous réglementation fédérale avaient été trouvées coupables d'avoir violé les lois qui protègent les consommateurs de produits et de services financiers. Le commissaire a imposé des amendes totalisant 80 000 $ à ces institutions.

- Hypothèques FirstLine, une division d'Hypothèques CIBC Inc., s'est vu imposer une amende de 50 000 $ pour avoir enfreint l'alinéa 8(1)*q*) du *Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)*. L'institution n'avait pas divulgué entièrement par écrit la nature et le montant des frais autres que les intérêts qui sont exigés lorsque la fréquence des paiements hypothécaires est modifiée. Après l'intervention de l'ACFC, tous les clients d'Hypothèques FirstLine ont reçu un barème des frais.
- La Banque Laurentienne du Canada s'est quant à elle vu imposer une amende de 30 000 $ pour avoir enfreint le paragraphe 19(1) du *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. La banque avait affiché dans ses succursales de détail des annonces publicitaires qui indiquaient un taux d'intérêt hypothécaire sans préciser la durée du prêt, comme l'exige le *Règlement*.

Immédiatement après l'intervention de l'ACFC, la Banque Laurentienne a retiré les affiches de ses succursales. Elle a également modifié ses politiques internes concernant la publicité dans les succursales pour être certaine de se conformer au *Règlement* à l'avenir.

Cas de la MBNA

En mars 2004, la Banque MBNA a présenté une demande de révision judiciaire et a interjeté appel, devant la Cour fédérale du Canada, de la décision du commissaire de lui imposer une sanction de 50 000 $ pour cause de violation du paragraphe 11(1) du *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. Le commissaire avait établi que le libellé des formulaires de demande de carte de crédit, qui faisait état d'un « taux aussi bas que »

ne respectait pas le *Règlement*, qui exige que l'on divulgue un taux d'intérêt annuel.

Après avoir été saisie d'une telle demande de la part de la banque, la Cour a ordonné que l'on infirme la décision, en s'appuyant sur une formalité de procédure. La Cour ne s'est pas attaquée au fond de la question visée par l'appel. Depuis cette affaire, l'ACFC a apporté des améliorations à sa procédure de traitement des cas pour tenir compte de la décision de la Cour et gérer de telles situations plus efficacement à l'avenir[3]. La version à jour de la procédure entrera en vigueur en 2005-2006.

Autres décisions du commissaire

Les décisions du commissaire dont il est fait état ci-après montrent la façon dont l'ACFC s'y prend pour protéger et informer les consommateurs, et pour promouvoir la transparence au sein du secteur des services financiers. Les décisions sont représentatives de celles qui ont été publiées dans le site Web de l'ACFC en 2004-2005. Elles se rapportent à des cas qui ont amené le commissaire à prendre une décision finale concernant la violation d'un règlement ou encore le non-respect d'un code de conduite ou d'un engagement public.

- **Défaut de fournir un document d'information sur une base régulière**

  Un consommateur a communiqué avec l'ACFC pour lui signaler que malgré le solde reporté sur son compte de carte de crédit, il ne recevait aucun relevé de compte. Une enquête a été menée et a révélé que pendant environ dix mois, la banque avait omis d'envoyer des relevés mensuels à son client, comme l'exige le *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. En conséquence, une lettre de réprimande faisant état d'une violation lui a été adressée.

  La banque a découvert qu'un message de « retenue » sur les relevés avait été placé à tort dans le dossier du client. La banque a réglé le problème du consommateur, puis a passé en revue ses procédures internes pour veiller à ce que les relevés soient envoyés par la poste aux consommateurs, comme convenu.

- **Défaut d'encaisser un chèque du gouvernement fédéral**

  Une banque a refusé d'encaisser un chèque du gouvernement fédéral à un consommateur non-client qui lui avait présenté des pièces d'identité valides et qui remplissait les conditions prescrites par le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*. La banque a par la suite omis de lui remettre un avis de refus par écrit. Par conséquent, une lettre de réprimande faisant état de deux violations lui a été adressée.

  Après l'intervention de l'ACFC, la banque a amélioré le cours de formation qu'elle donne à ses nouveaux employés afin de mettre davantage l'accent sur le *Règlement*. Elle a également transmis un message à tous les gérants et employés des succursales, pour attirer leur attention sur les exigences du *Règlement*.

[3] Pour des précisions sur la décision rendue par la Cour fédérale du Canada dans cette affaire, veuillez consulter le site http://decisions.fct-cf.gc.ca/cf/2004/2004cf1665.shtml

- **Défaut de divulguer les frais et les conditions**

  Un examen annuel de l'ACFC a révélé qu'une banque avait omis d'afficher un énoncé des conditions qui régissent l'ouverture des comptes et l'encaissement des chèques du gouvernement du Canada, et de le mettre à la disposition des consommateurs, comme l'exige le *Règlement sur l'accès aux services bancaires*. Elle avait aussi omis d'afficher et de mettre à la disposition des consommateurs un énoncé des frais applicables aux comptes de dépôt. Une lettre de réprimande faisant état de trois violations lui a été adressée.

  La banque a par la suite conclu une entente de conformité avec l'ACFC. Elle a accepté de passer en revue toutes les dispositions pertinentes visant les consommateurs, pour toutes ses succursales; de rendre compte à l'ACFC de la façon dont elle respectait chacune des dispositions; de discuter des lacunes relevées en matière de conformité et des mesures correctives prises; et de se soumettre à un examen mené sur place par l'ACFC pour vérifier si elle s'était acquittée de ses obligations envers les consommateurs.

- **Refus d'ouvrir un compte de dépôt de détail**

  En l'espace de deux mois, l'ACFC a reçu six plaintes de la part de consommateurs déclarant que plusieurs succursales d'une banque donnée avaient refusé de leur ouvrir un compte de dépôt de détail en raison de renseignements défavorables les concernant versés dans leurs dossiers de crédit. Pendant cette même période, l'ACFC a également reçu une septième plainte du même ordre signalée par la banque elle-même.

  Le commissaire a fait remarquer qu'en vertu du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, les renseignements défavorables figurant dans les antécédents de crédit d'un consommateur ne constituent pas un motif raisonnable pour en arriver à la conclusion que le compte sera utilisé à des fins illégales ou frauduleuses. Il a aussi noté que de tels renseignements n'aboutissent pas systématiquement au refus d'ouvrir un compte. Par conséquent, le commissaire a adressé une lettre de réprimande à la banque, faisant état de sept violations de sa part.

  L'intervention de l'ACFC a amené la banque à réexaminer et à améliorer sa procédure d'ouverture de comptes. La banque a aussi offert d'ouvrir des comptes de détail aux consommateurs auxquels elle avait précédemment refusé de le faire. Elle n'a reçu aucune plainte de cet ordre depuis la mise en œuvre de sa nouvelle procédure.

- **Demande visant la modification des modalités de temps et de forme de la communication du préavis de fermeture de succursales**

  En raison de problèmes de construction à une nouvelle succursale devant remplacer une succursale en activité, une banque a omis de donner un préavis de la fermeture d'une succursale en bonne et due forme au commissaire et aux clients dans le délai de quatre mois prescrit par le *Règlement sur les préavis de fermeture de succursales*.

Néanmoins, la banque s'est efforcée de donner un préavis partiel à la fois aux clients et au commissaire sept mois avant la date proposée de la fermeture. La banque a également tenu le commissaire et les clients au courant de l'évolution de la situation, à mesure que les choses se précisaient. En conséquence, la demande de la banque visant la modification des modalités de temps et de forme de la communication du préavis a été acceptée.

Mise à jour du cadre de conformité

En 2004-2005, l'ACFC a révisé et mis à jour son cadre de conformité. Toutes les modifications proposées par l'Agence ont été soumises aux associations du secteur et celles des consommateurs afin de recueillir leurs commentaires. En mars 2005, des changements importants ont été apportés au cadre pour le mettre à jour. Il a ensuite été affiché dans le site Web de l'ACFC.

Évaluation mystère

Le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* est entré en vigueur le 30 septembre 2003. En 2004-2005, l'ACFC a mené une évaluation mystère à grande échelle afin d'évaluer le rendement des banques au titre de la conformité au nouveau *Règlement*. Entre novembre 2004 et mars 2005, les clients mystères ont visité de nombreuses succursales bancaires et ont essayé d'encaisser des chèques du gouvernement fédéral et/ou d'ouvrir un compte. Ils se sont également procuré des brochures à chaque succursale pour vérifier l'information qu'elles contenaient. Les résultats de l'évaluation seront analysés en 2005-2006.

Divulgation de la pénalité pour remboursement anticipé

En 2003-2004, l'ACFC a examiné la clarté du langage utilisé par sept banques dans la divulgation de la clause de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires. L'Agence a étudié une centaine de documents hypothécaires comportant cette clause en français et en anglais.

L'examen a révélé des lacunes communes et des cas éventuels de non-conformité dans les documents de cinq des sept banques. En 2004-2005, l'ACFC a obligé les institutions en cause à prendre des mesures correctives à cet égard. Les banques ont accepté toutes les suggestions de l'ACFC. L'ACFC suivra de près la mise en œuvre des changements adoptés.

Code relatif aux cartes de débit

Il fait partie du mandat de l'ACFC de veiller au respect du Code de pratique canadien des services de cartes de débit par les institutions financières sous réglementation fédérale. Le Code précise que dans certaines circonstances, les consommateurs ne seront pas tenus responsables de l'utilisation non autorisée de leur carte de débit.

En 2004, le Code a été révisé pour clarifier la procédure à suivre en cas de transaction non autorisée et pour régler d'autres problèmes liés aux transactions. La version révisée devrait être mise en œuvre en septembre 2005. Une fois le Code révisé en place, l'ACFC continuera de veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment.

Examens annuels

À l'automne 2004, l'ACFC a mené à bien son troisième examen général annuel portant sur l'ensemble des 424 institutions financières sous réglementation fédérale. Cet examen vise à évaluer leur conformité aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables. L'ACFC a constaté que les institutions se conformaient généralement aux dispositions. Néanmoins, l'Agence a ouvert quelques dossiers relatifs à la conformité lorsque des questions spécifiques ont été soulevées.

Connexion conformité

Cette année, la Direction a continué de publier son bulletin trimestriel *Connexion conformité* à l'intention du secteur des services financiers. Parmi les sujets abordés dans le bulletin, mentionnons l'examen du cadre de conformité, la réglementation sur la politique de retenue de chèques et la façon d'améliorer la conformité au *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*.

Perspectives d'avenir

En 2005-2006, l'ACFC continuera de suivre de près les questions soulevées par les cartes de crédit, en particulier celles touchant la publicité qui fait état de « taux aussi bas que ». Les questions nouvelles que suscite la télématique bancaire, notamment la question de savoir à qui revient la responsabilité des anomalies concernant les transactions électroniques, retiendront également notre attention. Nous nous pencherons aussi attentivement sur la question de la divulgation s'appliquant aux coemprunteurs. À l'échelle internationale, nous maintiendrons nos liens et notre collaboration avec les organismes de réglementation d'autres pays.

Ces dernières années, l'ACFC a mis l'accent sur les problèmes auxquels les consommateurs se sont heurtés avec les cartes de débit, et elle continuera de le faire en 2005-2006. L'évaluation mystère de cette année portera sur l'utilisation de ces cartes.

02

DANS L'INTÉRÊT DES CANADIENS

L'ACFC offre un service très utile aux Canadiens en donnant suite de façon efficace et efficiente aux préoccupations concernant le secteur financier qu'ils portent à son attention.

Questions qui préoccupent les Canadiens

L'ACFC suit de près un grand nombre de demandes de renseignements et de plaintes qui lui sont transmises par l'intermédiaire du Centre de communications avec les consommateurs, par le truchement des communications personnelles directes, du courriel et de la poste. Les figures et tableaux qui suivent indiquent le mode de communication que les Canadiens ont choisi pour communiquer avec l'ACFC en 2004-2005 et l'objet de leurs communications.

NOMBRE TOTAL DE DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS ET DE PLAINTES REÇUES

Le **tableau 2** indique le nombre total de demandes de renseignements et de plaintes reçues au cours de l'année, ventilé selon le lieu. La majorité des personnes qui ont communiqué avec l'ACFC et qui ont précisé leur lieu de résidence provenaient de l'Ontario, de l'Alberta ou du Québec.

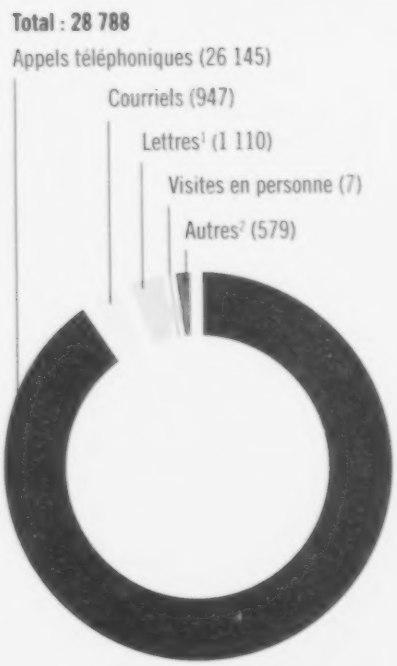
Tableau 2 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique, 2004-2005

Région	Total
Alberta	2 966
Colombie-Britannique	1 813
Manitoba	1 121
Nouveau-Brunswick	880
Terre-Neuve	409
Nouvelle-Écosse	818
Nunavut	18
Territoires du Nord-Ouest	29
Ontario	7 239
Île-du-Prince-Édouard	71
Québec	5 784
Saskatchewan	710
Yukon	15
États-Unis	96
Pays étrangers autres que les États-Unis	74
Provenance inconnue[1]	6 745
Total	**28 788**

[1] La région n'a pas été précisée par la personne qui a communiqué avec l'ACFC

La **figure 3** indique le mode de communication utilisé par les consommateurs pour présenter des demandes de renseignements et des plaintes à l'ACFC. Sur les 28 788 communications reçues, 90,8 p. 100 ont eu lieu par téléphone.

Figure 3 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2004-2005



[1] Comprend les lettres, les télécopies et les appels téléphoniques qui exigeaient une réponse par écrit.

[2] Comprend les cas ouverts par l'ACFC et les plaintes signalées directement par les institutions financières.

Les **figures 4** et **5** indiquent les demandes de renseignements et les plaintes reçues par l'ACFC, selon le type d'institution financière et l'origine.

Figure 4 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2004-2005

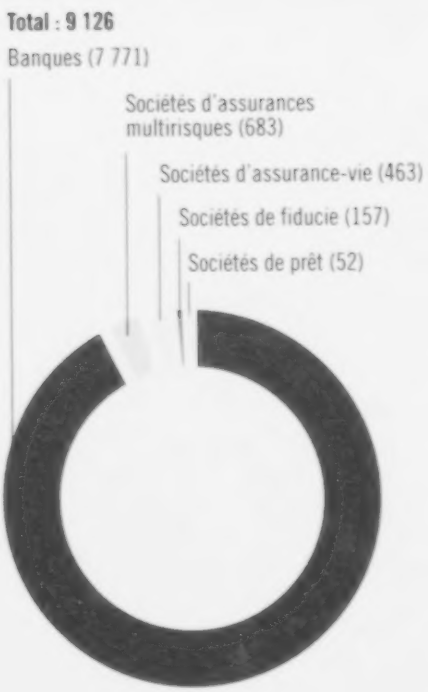


Figure 5 : Nombre de communications destinées à l'ACFC, selon l'origine, 2004-2005

Total : 28 788

Institutions financières fédérales (9 126)

Institutions financières non fédérales (10 471)

Campagne de l'ACFC visant la sensibilisation par l'annexe de documents aux chèques[1] (9 191)

[1] Étant donné que la campagne menée par l'ACFC au moyen de documents annexés aux chèques a essentiellement porté sur les droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les banques et/ou les sociétés de fiducie, un grand nombre de demandes de renseignements ou de communications découlant de cette initiative se rapportaient directement aux institutions financières fédérales.

Sur les 28 788 communications reçues par l'ACFC, 90,8 p. 100 ont eu lieu par téléphone.

Le **tableau 3** indique les demandes de renseignements et les plaintes destinées à l'ACFC au cours de l'année, à l'exception des questions relatives à la conformité.

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie[1], 2004-2005

Catégorie	Plaintes	Demandes de renseignements	Total
Comptes			
Guichets automatiques bancaires	53	40	93
Accès aux fonds	58	40	98
Conventions	10	2	12
Paiement de factures (en succursale)	0	1	1
Frais	75	65	140
Chèques	305	1 110	1 415
Fermeture de comptes	48	16	64
Ventes liées avec coercition	1	3	4
Recouvrement	32	12	44
Cartes de débit	45	82	127
Dépôts directs	4	882	886
Traites ou mandats	3	0	3
Fraude	15	27	42
Taux d'intérêt	4	7	11
Télématique bancaire	13	10	23
Ouverture	106	487	593
Découverts	21	7	28
Achats au point de vente	3	1	4
Débits préautorisés	65	39	104
Questions sur la protection des renseignements personnels	90	116	206
Qualité du service	71	12	83
Droit de compensation	67	61	128
Relevés	1	0	1
Services bancaires par téléphone	2	1	3
Virements	1	2	3
Autres	140	539	679
Sous-total	**1 233**	**3 562**	**4 795**
Cartes de crédit			
Demandes	16	106	122
Paiement de factures	93	79	172
Annulations	28	38	66
Modification des conditions	17	11	28
Recouvrement	218	63	281
Procédures de traitement des plaintes	3	0	3
Chèques de dépannage	5	1	6
Gestion de la dette	6	11	17
Dépôts	3	3	6

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie[1], 2004-2005 (suite)

Catégorie	Plaintes	Demandes de renseignements	Total
Divulgation	0	1	1
Frais	52	53	105
Fraude	58	44	102
Assurances	49	95	144
Taux d'intérêt	64	68	132
Télématique bancaire	2	1	3
Débits préautorisés	2	0	2
Questions sur la protection des renseignements personnels	3	5	8
Qualité du service	30	6	36
Démarchage	76	62	138
Transferts de soldes	15	8	23
Autres	127	438	565
Sous-total	**867**	**1 093**	**1 960**
Rapports de solvabilité / Antécédents en matière de crédit			
Agences d'évaluation du crédit	119	764	883
Conseils en matière de crédit	5	103	108
Sous-total	**124**	**867**	**991**
Institutions financières			
Billets de banque	7	11	18
Fermetures de succursales	108	150	258
Succursales	1	1	2
Pièces de monnaie	0	1	1
Procédures de traitement des plaintes	35	67	102
Coordonnées	2	11	13
Questions de succession	42	57	99
Taux de change	8	37	45
Légitimité	0	16	16
Taux d'intérêt maximal	4	39	43
Qualité du service	86	20	106
Réglementation	0	11	11
Coffres-forts	2	1	3
Sous-total	**295**	**422**	**717**
Demandes de renseignements généraux			
ACFC	0	7	7
Renvois à d'autres ministères ou organismes	4	107	111
Réglementation	7	423	430
Petites et moyennes entreprises	34	179	213
Autres	720	11 033	11 753
Sous-total	**765**	**11 749**	**12 514**

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie[1], 2004-2005 (suite)

Catégorie	Plaintes	Demandes de renseignements	Total
Assurances			
Automobile	26	30	56
Généralités	5	14	19
Habitation	32	24	56
Vie	11	19	30
Prêts	0	1	1
Soins médicaux	1	0	1
Hypothèques	0	1	1
Petites et moyennes entreprises	5	5	10
Non précisé	362	560	922
Sous-total	**442**	**654**	**1 096**
Investissements			
Obligations d'épargne du Canada	3	16	19
Certificats de placement garantis	6	2	8
Fonds communs de placement	1	5	6
Régimes de retraite	1	9	10
Régimes enregistrés d'épargne-études	13	39	52
Fonds enregistrés de revenu de retraite	1	1	2
Régimes enregistrés d'épargne-retraite	12	10	22
Non précisé	393	904	1 297
Sous-total	**430**	**986**	**1 416**
Prêts			
Automobile	41	207	248
Location	8	24	32
Marges de crédit	49	29	78
Hypothèques	289	349	638
Prêts sur salaire	2	2	4
Prêts personnels	4	6	10
Prêts étudiants	45	181	226
Non précisé	465	490	955
Sous-total	**903**	**1 288**	**2 191**
Total général	**5 059**	**20 621**	**25 680**

[1] Ne comprend pas les demandes des médias.

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS ET PLAINTES REÇUES À PROPOS DE LA CONFORMITÉ

Les tableaux qui suivent présentent l'information relative aux communications de l'ACFC avec les Canadiens au sujet de la conformité aux dispositions visant les consommateurs et aux codes de conduite.

Le **tableau 4** fait état des communications reçues par l'ACFC à propos de la conformité depuis 2003-2004. En 2004-2005, le nombre de communications a diminué d'environ 12 p. 100 par rapport à l'année précédente.

Tableau 4 : Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie

	2003-2004	2004-2005
Codes de conduite et engagements publics[1]		
Plaintes	268	220
Demandes de renseignements	44	9
Plaintes signalées directement par les institutions[2]	0	11
Dispositions visant les consommateurs		
Plaintes	490	517
Demandes de renseignements	33	18
Plaintes signalées directement par les institutions[3]	334	418
Dépôt de documents	395	176
Total	**1 564**	**1 369**

1. Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).
2. Jusqu'à maintenant, le commissaire n'a pas exercé son droit d'obliger les institutions financières à signaler directement les plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics.
3. Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

Le **tableau 5** donne un aperçu du nombre de cas de conformité, selon la nature des questions liées à la conformité. En 2004-2005, 1 342 dossiers ont été ouverts; 1 142 étaient fermés à la fin de l'année.

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents[1]

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004	Dossiers ouverts en 2004-2005	Dossiers fermés en 2004-2005	Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005
Comptes				
Divulgation des frais de tenue de comptes	1	0	1	0
Divulgation des frais pour l'ouverture d'un nouveau ou deuxième compte	0	5	4	1
Divulgation des frais	1	47	39	9
Divulgation des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul	5	4	5	4
Divulgation de l'information requise sur l'avis de refus donné par écrit	0	1	0	1
Affichage et accessibilité de l'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*	1	1	1	1
Généralités	0	1	1	0
Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes	0	4	3	1
Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais	0	78	68	10
Remise d'un avis de refus par écrit	1	8	6	3
Refus d'ouvrir — Généralités	13	66	63	16
Refus d'ouvrir — Faillite	6	6	11	1
Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit	32	60	60	32
Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable	7	31	33	5
Dépôt ou solde minimal exigé pour ouvrir un compte	0	2	2	0
Fermetures de succursales				
Remise du préavis requis	3	7	8	2
Demande visant la tenue de réunions publiques[2]	4	9	13	0
Demande visant la modification des exigences de préavis	0	2	2	0
Deuxième demande visant la tenue d'une réunion publique	0	1	1	0
Ventes liées avec coercition				
Affichage de l'avis d'interdiction de ventes liées avec coercition et accessibilité de l'information	1	3	3	1
Généralités	4	16	13	7

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents[1] (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004	Dossiers ouverts en 2004-2005	Dossiers fermés en 2004-2005	Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005
Procédures de traitement des plaintes				
Établissement de procédures de traitement des plaintes	1	1	2	0
Obligation des IFF[3] autres que les banques d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends	3	69	12	60
Conformité des entités du groupe	2	2	3	1
Coût d'emprunt — Généralités	1	2	0	3
Cartes de crédit				
Divulgation en langage simple	0	1	0	1
Divulgation des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt	0	1	0	1
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	4	24	23	5
Divulgation du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	17	48	44	21
Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée	5	42	24	23
Divulgation de l'information requise sur les relevés mensuels	7	15	18	4
Divulgation de l'information requise dans la publicité	0	2	1	1
Divulgation de l'information requise sur les formulaires de demande	4	10	10	4
Divulgation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	14	3	14	3
Divulgation concernant les services facultatifs	4	51	47	8
Généralités	5	28	28	5
Remise d'un relevé mensuel	14	57	24	47
Solde minimal requis	1	0	1	0
Divulgation des frais de service	2	4	4	2
Divulgation de la politique de retenue sur les chèques	0	34	28	6
Divulgation des taux d'intérêt — Généralités	0	7	6	1
Divulgation des taux d'intérêt dans la publicité	0	1	1	0
Examens — Par institution	0	1	0	1
Chèques du gouvernement du Canada				
Affichage et accessibilité de l'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*	1	1	1	1
Frais d'encaissement	1	1	2	0
Remise d'un avis de refus par écrit	0	2	0	2
Refus d'encaisser	5	13	13	5
Dépôts indexés — Divulgation de l'information requise	0	2	2	0

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents[1] (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004	Dossiers ouverts en 2004-2005	Dossiers fermés en 2004-2005	Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005
Marges de crédit				
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	0	6	3	3
Divulgation du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	0	5	2	3
Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée	0	1	0	1
Divulgation de l'information requise dans la publicité	0	1	1	0
Divulgation concernant les services facultatifs	0	2	0	2
Généralités	0	7	6	1
Remise d'un relevé mensuel	2	7	4	5
Prêts				
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	6	7	7	6
Divulgation du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	0	5	3	2
Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti	0	2	1	1
Divulgation de l'information requise en cas de défaut de paiement	0	2	2	0
Divulgation de l'information requise dans la publicité	1	0	0	1
Divulgation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	0	1	0	1
Divulgation concernant les services facultatifs	0	2	1	1
Généralités	2	9	6	5
Remise d'un relevé annuel	0	2	2	0
Hypothèques				
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	5	7	8	4
Divulgation du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	2	11	8	5
Divulgation de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	9	50	48	11
Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée	1	2	3	0
Divulgation de l'information requise en cas de défaut de paiement	0	3	1	2
Divulgation de l'information requise dans la publicité	2	1	2	1
Divulgation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	0	2	0	2
Divulgation dans un délai prescrit	0	1	1	0
Divulgation concernant les services facultatifs	1	5	4	2
Généralités	0	11	8	3
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	2	2	4	0
Remise de la déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	0	7	1	6
Sous-total	**203**	**935**	**771**	**367**

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents[1] (suite)

Codes de conduite et engagements publics	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004	Dossiers ouverts en 2004-2005	Dossiers fermés en 2004-2005	Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005
Codes de conduite				
Activités d'assurance autorisées	2	12	10	4
Code relatif aux cartes de débit	14	63	56	21
Principes de la protection des consommateurs dans le commerce électronique	0	13	13	0
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises	3	14	15	2
Sous-total	**19**	**102**	**94**	**27**
Engagements publics				
Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	2	24	22	4
Entente sur les comptes à frais modiques	0	2	1	1
Cartes de crédit — Généralités	2	1	2	1
Cartes de crédit — Responsabilité zéro	16	86	73	29
Généralités	0	3	3	0
Lignes directrices sur le transfert des régimes enregistrés	1	8	6	3
Engagement relatif aux services non sollicités	1	5	5	1
Sous-total	**22**	**129**	**112**	**39**

Dépôt de documents	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2003-2004	Dossiers concernant le dépôt de documents ouverts en 2004-2005	Dossiers concernant le dépôt de documents fermés en 2004-2005	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2004-2005
Fermetures de succursales				
Remise d'un préavis de fermeture	8	83	86	5
Remise d'un préavis de fermeture — Moins de 500 mètres	0	24	23	1
Remise d'un préavis pour les succursales en magasin, les agences et les satellites[4]	1	9	9	1
Remise d'un préavis de fermeture temporaire[4]	0	27	27	0
Remise de procédures de traitement des plaintes par les nouvelles institutions	4	18	13	9
Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité	0	12	7	5
Procédures de traitement des plaintes révisées[4]	0	3	0	3
Sous-total	**13**	**176**	**165**	**24**
Total général pour 2003-2004	**139**	**1 437**	**1 322**	**254**
Total général pour 2004-2005	**257**	**1 342**	**1 142**	**457**

1 Les données statistiques pour 2003-2004 ont été présentées différemment dans le présent rapport et celui de l'an dernier. Les écarts sont attribuables au nouveau système de suivi des données de l'ACFC et à la reclassification de certains dossiers. Le système de suivi des données de l'ACFC a été amélioré pour assurer la classification plus précise des communications avec les consommateurs. C'est ainsi que de grandes catégories comme celle des « prêts » ont été ventilées en sous-catégories plus précises comme les « hypothèques » et les « marges de crédit ». Pour être le plus exacte possible, l'ACFC pourrait également reclassifier des dossiers lorsque, après avoir mené une enquête plus poussée, elle découvre que la plainte ou la demande de renseignements se rapporte plus directement à une question autre que la question initialement retenue.

2 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

3 IFF : institution financière fédérale.

4 Le dépôt de ces documents n'est pas exigé par la loi, mais ils ont été soumis par les institutions financières tenant à en informer le commissaire.

Le **tableau 6** indique comment l'ACFC a réglé les cas de conformité pour lesquels des mesures ont été prises en 2004-2005. Les 26 dossiers fermés concernaient des cas qui étaient à l'origine de 30 violations. Ces violations ont donné lieu à des lettres de réprimande, à des ententes de conformité et (dans deux cas) à des sanctions administratives pécuniaires.

Tableau 6 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2004-2005

Dispositions visant les consommateurs	Nombre de dossiers fermés avec violations	Nombre de violations établies	Décisions du commissaire
Comptes			
Défaut d'afficher et de rendre accessible l'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*	1	1	1 lettre de réprimande et une entente de conformité[1]
Refus d'ouvrir — Faillite	1	1	1 lettre de réprimande
Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit	11	12	5 lettres de réprimande
Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable	1	1	1 lettre de réprimande
Fermetures de succursales			
Documents non déposés	3	4	1 lettre de réprimande
Cartes de crédit			
Défaut de divulguer le coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	1	2	1 lettre de réprimande
Aucun relevé mensuel fourni	1	1	1 lettre de réprimande
Divulgation des frais	1	1	1 lettre de réprimande et une entente de conformité[1]
Chèques du gouvernement fédéral			
Frais d'encaissement	1	1	1 lettre de réprimande
Défaut d'afficher et de rendre accessible l'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*	1	1	1 lettre de réprimande et une entente de conformité[1]
Refus d'encaisser	2	3	2 lettres de réprimande
Hypothèques			
Défaut de divulguer les frais lorsque l'hypothèque est accordée	1	1	1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (50 000 $)
Défaut de divulguer l'information requise dans la publicité	1	1	1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (30 000 $)
Total	**26**	**30**	

[1] La même lettre de réprimande et la même entente de conformité ont été préparées pour ces trois cas.

Le **tableau 7** indique le nombre de dossiers fermés en 2004-2005 pour des cas de conformité relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition. En tout, 771 dossiers ont été fermés. De ce nombre, 26 cas étaient à l'origine de violations.

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005

Dispositions visant les consommateurs	Non-violation	Violation	Retrait	Refus	Acceptation	Nombre total de dossiers fermés
Comptes						
Divulgation des frais de tenue de compte	1					1
Divulgation des frais pour l'ouverture d'un nouveau ou deuxième compte	4					4
Divulgation des frais	38		1			39
Divulgation des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul	5					5
Affichage et accessibilité de l'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*		1				1
Généralités	1					1
Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes	3					3
Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais	62		6			68
Remise d'un avis de refus par écrit	3		3			6
Refus d'ouvrir — Généralités	52		11			63
Refus d'ouvrir — Faillite	7	1	3			11
Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit	33	11	16			60
Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable	30	1	2			33
Dépôt ou solde minimal exigé pour ouvrir un compte	2					2
Fermetures de succursales						
Remise du préavis requis	5	3				8
Demande visant la tenue de réunions publiques			4	7	2	13
Demande visant la modification des exigences de préavis				1	1	2
Deuxième demande visant la tenue d'une réunion publique				1		1
Ventes liées avec coercition						
Affichage de l'avis d'interdiction de ventes liées avec coercition et accessibilité de l'information	3					3
Généralités	9		4			13

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005 (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Non-violation	Violation	Retrait	Refus	Acceptation	Nombre total de dossiers fermés
Procédures de traitement des plaintes						
Établissement de procédures de traitement des plaintes	2					2
Obligation des IFF[1] d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends	12					12
Conformité des entités du groupe	3					3
Cartes de crédit						
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	22		1			23
Divulgation du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	43	1				44
Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée	24					24
Divulgation de l'information requise dans la publicité	1					1
Divulgation de l'information requise sur les formulaires de demande	10					10
Divulgation de l'information requise sur les relevés mensuels	17		1			18
Divulgation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	13		1			14
Divulgation concernant les services facultatifs	46		1			47
Généralités	27		1			28
Remise d'un relevé mensuel	22	1	1			24
Solde minimum requis	1					1
Divulgation des frais de service	3	1				4
Divulgation de la politique de retenue sur les chèques	26		2			28
Divulgation des taux d'intérêt — Généralités	5		1			6
Divulgation des taux d'intérêt dans la publicité	1					1
Chèques du gouvernement du Canada						
Affichage et accessibilité de l'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*		1				1
Frais d'encaissement	1	1				2
Refus d'encaisser	9	2	2			13
Dépôts indexés — Divulgation de l'information requise	2					2
Marges de crédit						
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	3					3
Divulgation du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	2					2
Divulgation de l'information requise dans la publicité	1					1
Généralités	4		2			6
Remise d'un relevé mensuel	3		1			4

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005 (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Non-violation	Violation	Retrait	Refus	Acceptation	Nombre total de dossiers fermés
Prêts						
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7					7
Divulgation du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	3					3
Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti			1			1
Divulgation de l'information requise en cas de défaut de paiement	1		1			2
Divulgation concernant les services facultatifs	1					1
Généralités	5		1			6
Remise d'un relevé annuel	2					2
Hypothèques						
Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7		1			8
Divulgation du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	7		1			8
Divulgation de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	46		2			48
Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée	2	1				3
Divulgation de l'information requise en cas de défaut de paiement	1					1
Divulgation de l'information requise dans la publicité	1	1				2
Divulgation dans un délai prescrit	1					1
Divulgation concernant les services facultatifs	3		1			4
Généralités	6		2			8
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	4					4
Remise d'une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	1					1
Total	**659**	**26**	**74**	**9**	**3**	**771**

[1] IFF : institution financière fédérale

Le **tableau 8** présente la façon dont l'ACFC a réglé les cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics en 2004-2005. En tout, 206 dossiers concernant ces cas ont été fermés. Les cartes de crédit (responsabilité zéro), les codes relatifs aux cartes de débit et l'accessibilité des procédures de traitement des plaintes ont été les trois principaux sujets de préoccupation.

Tableau 8 : Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics[1], selon le type de disposition, 2004-2005

	Respect	Non-respect	Retrait[2]	Question autre que la conformité[3]	Nombre total de dossiers fermés en 2004-2005
Codes de conduite					
Activités d'assurance autorisées	8	1	1	0	10
Code relatif aux cartes de débit	49	0	7	0	56
Principes de la protection des consommateurs dans le commerce électronique	13	0	0	0	13
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises	8	0	7	0	15
Engagements publics					
Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	19	0	3	0	22
Entente sur les comptes à frais modiques	1	0	0	0	1
Cartes de crédit — Généralités	2	0	0	0	2
Cartes de crédit — Responsabilité zéro	63	3	7	0	73
Généralités	2	0	0	1	3
Lignes directrices sur le transfert des régimes enregistrés	2	0	4	0	6
Engagement relatif aux services non sollicités	3	0	2	0	5
Total	**170**	**4**	**31**	**1**	**206**

[1] Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).

[2] Les cas sont souvents retirés lorsque les consommateurs ne donnent pas suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec eux pour poursuivre l'examen de la plainte.

[3] Après un examen plus poussé, il a été déterminé qu'il ne s'agissait pas d'un cas relatif à une question de conformité.

Le **tableau 9** présente la façon dont l'ACFC a traité les plaintes portant sur les fermetures de succursales en 2003-2004 et en 2004-2005. Au cours de la dernière année, le commissaire a exigé dans seulement deux cas la tenue d'une réunion entre les représentants de la banque, des membres de l'ACFC et les autres intéressés de la collectivité.

Tableau 9 : Questions relatives aux fermetures de succursales

	2003-2004	2004-2005
Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières[1]	371	143
Plaintes reçues relativement aux fermetures de succursales[2]	258	108
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales		
Accordées	4	1
Refusées	3	1
En suspens	0	0
Reçues	6	2
Demandes visant la tenue de réunions publiques à propos des fermetures de succursales[3]		
En suspens	4	0
Reçues	40	10
Retirées	6	4
Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues, accordées ou refusées		
Nombre de succursales ayant fait l'objet d'une demande visant la tenue d'une réunion	18	9
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion	10	2
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion[4]	5	6[5]

1. Nombre total de préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les succursales non visées par la définition de succursale prescrite par règlement, ainsi que les demandes visant à modifier le préavis requis.
2. Il s'agit de plaintes se rapportant aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion.
3. Dans certains cas, il s'agissait de demandes multiples se rapportant à la même succursale.
4. Il est fréquent que les institutions décident de leur plein gré de tenir une réunion publique, sans que le commissaire les y oblige officiellement.
5. Comprend toute demande visant la tenue d'une deuxième réunion, après une réunion dont la tenue a été exigée par le commissaire.

Donner suite aux préoccupations des Canadiens

LA GESTION DES PLAINTES PAR L'ACFC

Lorsqu'un consommateur communique avec l'ACFC pour déposer une plainte, celle-ci est examinée afin de déterminer la mesure dans laquelle elle relève de la compétence de l'Agence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi. Si des éclaircissements doivent être apportés, nous rappelons l'auteur de la plainte dans les 48 heures.

Si la plainte est liée à une éventuelle violation de la loi, un agent de conformité de l'ACFC communique avec l'institution financière du consommateur pour discuter de la plainte. S'il est recommandé de poursuivre la démarche, un agent peut demander à l'auteur de la plainte et à l'institution de lui fournir par écrit des renseignements concrets. Par la même occasion, l'ACFC informe le consommateur au sujet des procédures de traitement des plaintes de l'institution. Lorsque la plainte ne relève pas de notre mandat, nous dirigeons le plaignant vers l'organisation la mieux placée pour l'aider.

Lorsqu'un consommateur communique avec l'ACFC pour déposer une plainte, celle-ci est examinée afin de déterminer la mesure dans laquelle elle relève de la compétence de l'Agence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi.

Schéma 1 : Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC au 31 mars 2005

Processus

Un dossier de conformité est ouvert dans les situations suivantes :

- un consommateur dépose une plainte auprès de l'ACFC;
- une institution financière signale volontairement une éventuelle question liée à la conformité;
- les activités de surveillance de l'ACFC, y compris celles qui suivent, révèlent une éventuelle préoccupation en matière de conformité :
  - examens et enquêtes de l'Agence;
  - sondages aux fins de l'évaluation mystère de l'ACFC;
  - sondages auprès des consommateurs ou rapports médiatiques.

Le cas est confié à un agent de conformité de l'ACFC. L'agent amorce une enquête et demande des renseignements concrets au plaignant et/ou à l'institution financière.

Résultats éventuels

Il est établi qu'il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité. Aucune autre mesure n'est prise.

L'agent de conformité expose les faits et donne une analyse du cas dans un rapport. Il formule aussi une recommandation concernant la mesure de conformité que le commissaire devrait envisager. Une copie du rapport est envoyée à l'institution financière en vue d'obtenir ses commentaires.

Mesures de conformité :

- lettre de réprimande;
- entente de conformité;
- procès-verbal de violation, avec sanction;
- poursuites;
- injonction.

Le commissaire :

- examine le rapport de l'agent et les commentaires de l'institution financière;
- détermine, en se fondant sur des motifs raisonnables, s'il y a eu violation;
- dans l'affirmative, prend la mesure de conformité pertinente.

Activités de l'ACFC

RÔLES ET RESPONSABILITÉS OPÉRATIONNELS

Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. William G. Knight est le premier commissaire de l'Agence. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

- déposer un rapport chaque année au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances et rendre compte régulièrement au ministre des Finances des activités et des constatations de l'ACFC;
- gérer les activités de l'ACFC, notamment assumer la responsabilité de tous les aspects de la gestion des programmes, des finances, de l'administration et des ressources humaines;
- surveiller environ 424 institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer si elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, de même qu'à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics;
- élargir les initiatives lancées à l'échelle nationale en matière d'éducation pour définir les besoins des consommateurs sur le plan des connaissances financières, et y répondre.

Le commissaire est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC) et siège au Comité de régie du conseil. Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant du Bureau du surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances et, à ce titre, il fournit des conseils sur les grandes questions de consommation et, ce faisant, apporte une importante contribution aux conseils stratégiques que le Comité fournit au ministre des Finances.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* exige que l'ACFC sensibilise les consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables et favorise leur compréhension des services financiers et des questions s'y rapportant. À cette fin, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;
- mener des travaux de recherche et des sondages;
- diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants;

- traiter la correspondance avec les consommateurs et exploiter un centre d'appels (conjointement avec la SADC).

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la *Loi sur les banques*, de la *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*, de la *Loi sur les sociétés d'assurances* et de la *Loi sur les associations coopératives de crédit*.

Les dispositions visant les consommateurs sont énumérées à l'annexe B (voir page 76). Elles s'appliquent aux activités suivantes :

- l'ouverture de comptes de dépôt de détail;
- l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral;
- la fermeture des succursales de détail;
- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques;
- la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC;
- la divulgation d'information sur les frais et les intérêts des comptes;
- la préparation des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité;
- l'établissement de procédures de traitement des plaintes;
- la divulgation du coût d'emprunt.

La Direction surveille également la conformité aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics mis en place par les institutions financières ou les associations d'institutions pour protéger les consommateurs. Les codes portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations entretenues avec les petites entreprises en matière de crédit.

En outre, la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie assume les responsabilités suivantes :

- faire enquête sur les plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois que l'ACFC est chargée de faire respecter, et y donner suite;
- gérer l'application du cadre de conformité et veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;
- surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en vue de déceler des tendances;
- encourager les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures aux fins de la mise en œuvre des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- promouvoir une culture de la conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale.

Parmi les instruments de surveillance de la conformité dont dispose la Direction, mentionnons l'évaluation mystère, les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel et les examens spéciaux des institutions financières sous réglementation fédérale, et les études effectuées par des tiers.

Pour veiller au respect des lois et des règlements, l'ACFC utilise des méthodes qui vont des mesures administratives à l'imposition d'amendes, ou à la publication de la nature d'une violation, du nom de son auteur et du montant de la sanction pécuniaire imposée. L'approche adoptée pour un cas donné dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et l'ampleur du problème, la nature de

l'intention ou de la négligence de l'auteur et les antécédents de l'institution financière en matière de conformité.

Pour remplir le mandat de l'ACFC visant le maintien de relations fructueuses avec le secteur des services financiers, des membres de l'Agence rencontrent régulièrement des représentants des institutions financières. Certaines réunions ont lieu tous les trimestres pour échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun, comme les activités de surveillance, les questions liées à la conformité à l'échelle du secteur et les points de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux règlements, aux codes volontaires et aux engagements publics. L'objectif fondamental est de protéger les consommateurs canadiens de produits et de services financiers, et de promouvoir la conformité aux règlements. L'épine dorsale de cette nouvelle culture de la conformité est la collaboration sans réserve des institutions financières.

Direction des services administratifs

La Direction des services administratifs fournit à l'ACFC des services dans les domaines suivants : ressources humaines, gestion financière, accès à l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, gestion des installations, gestion des documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie.

L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour obtenir des services en matière de ressources humaines et financières, et avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour des services en matière de technologie et de communication.

Direction des services juridiques

Le ministère fédéral de la Justice fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil de ce ministère fait partie de la structure de gestion de l'ACFC et relève directement du commissaire. L'avocat-conseil donne des avis sur tous les aspects du mandat et des activités de l'ACFC.

GESTION MODERNE

À l'issue d'une évaluation indépendante de la capacité de la fonction de contrôleur, l'ACFC a dressé un plan d'action décrivant les activités, les domaines de responsabilité, les délais d'exécution et le mécanisme de surveillance, qui lui permettraient d'améliorer ses procédés de gestion. Nous avons ensuite examiné minutieusement les possibilités qui s'offraient à nous, compte tenu du mandat de l'ACFC, de sa taille, de ses ressources financières et de son stade de développement. Lorsque les travaux d'évaluation ont été terminés, nous nous sommes essentiellement occupés d'apporter des améliorations dans les quatre domaines qui suivent.

1) Information intégrée sur le rendement

En mars 2004, l'ACFC a travaillé avec Conseils et Vérification Canada pour élaborer son cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CGRR), qui prévoit :

- un « modèle logique » décrivant le programme de l'ACFC du point de vue des activités planifiées, des produits connexes et des résultats escomptés;
- une stratégie d'évaluation présentant les problèmes, les questions et les données liés à l'évaluation;
- une stratégie en matière de rapport.

Les indicateurs de rendement et la méthode utilisés dans la stratégie d'évaluation de l'ACFC s'appuient sur les données existantes découlant de notre mesure du rendement détaillée et permanente. En 2004-2005, nous avons continué d'améliorer nos systèmes de saisie et de suivi des données pour faire en sorte que l'information recueillie réponde aux exigences du CGRR.

En outre, nous avons adopté un cadre de mesure du rendement pour guider les projets de l'ACFC, et veiller à ce que ces derniers nous aident à atteindre nos objectifs stratégiques. Nous avons par ailleurs mis en œuvre un codage financier pour les projets importants afin de pouvoir effectuer des analyses coûts-avantages selon les besoins.

2) Ressources humaines

En 2004-2005, nous avons élargi la portée de notre sondage annuel auprès des employés pour recueillir les points de vue du personnel de l'ACFC à l'égard de diverses questions organisationnelles et déterminer son niveau de satisfaction quant au règlement des questions soulevées.

Afin de renforcer la responsabilisation et d'amener le personnel à mieux comprendre les domaines de responsabilité, nous avons adopté une approche axée sur le risque pour évaluer et actualiser les politiques, les procédés et les procédures clés de l'ACFC. La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a terminé cette mise à jour. Pour 2005-2006, nous envisageons la conduite d'un examen indépendant des principales activités de la Direction et des cadres, ainsi que des procédés et des procédures qui s'y rattachent.

Nous avons également préparé de l'information concernant les valeurs organisationnelles de l'ACFC, notamment les obligations du personnel de gestion et des autres employés, et nous avons mis l'information à la disposition de tous les membres du personnel de l'ACFC.

3) Gestion intégrée du risque

En mars 2005, nous avons développé une ébauche de profil de risque de l'organisation pour l'ACFC. Au deuxième trimestre de 2005, nous avons poursuivi la mise au point d'une matrice des risques liés aux processus administratifs. Cela visait à assurer que toutes les catégories de risque avaient été définies et que les autoévaluations d'incidence et de contrôle nécessaires avaient été menées à bien.

Notre plan d'activités 2005-2007 prévoit plusieurs activités qui aideront à atténuer les risques décelés grâce à notre ébauche de profil de risque de l'organisation.

4) Gérance rigoureuse

Nous avons mis sur pied un comité de vérification doté d'une charte en bonne et due forme, et avons conclu un protocole d'entente avec le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF) sur la prestation de services de vérification interne.

Nous avons aussi dressé un plan de vérification interne ciblé pour 2005-2006, avec le soutien des Services de vérification et de consultation du BSIF. Lorsque notre matrice des risques liés aux procédés administratifs sera au point, nous élaborerons un plan de vérification interne équilibré, et ce, d'ici septembre 2005. Notre plan d'activités 2005-2007 prévoit plusieurs activités liées au plan de vérification interne ciblé.

Dans d'autres domaines de la gérance, nous avons amélioré notre capacité à rendre compte des programmes de l'ACFC afin que la haute direction dispose de l'information nécessaire pour renforcer le processus décisionnel. Nous avons par ailleurs effectué une vérification des dépenses de déplacement et d'accueil, et terminé notre inventaire matériel pour pouvoir suivre de près l'utilisation des biens de l'ACFC et en assurer la protection.

Rendement de l'ACFC

Pendant les trois premières années d'activités de l'ACFC, soit de la fin de 2001 à 2004, nos activités visaient à obtenir trois résultats opérationnels clés, à savoir :

- mettre en place une agence qui soit gérée de façon transparente, efficace et efficiente;
- instaurer des programmes d'éducation et d'information qui permettent aux consommateurs de produits et de services financiers de faire des bons choix et de prendre des décisions éclairées;
- élaborer un programme de conformité et de surveillance des responsabilités législatives, des codes de conduite volontaires et des engagements publics des institutions financières sous l'angle de la protection des intérêts de leurs clients.

Nos principales réalisations sont présentées ci-après et sont ventilées selon les trois objectifs suivants.

Réalisations liées à l'établissement de l'Agence

À ce chapitre, nous avons :

- mis en place tous les services administratifs, informatiques et opérationnels;
- engagé une main-d'œuvre hautement spécialisée et motivée;
- adopté plusieurs pratiques exemplaires à l'appui d'une gestion moderne;
- élaboré des normes de rendement pour nos services;
- élaboré des stratégies de communication et de consultation pour tenir compte des commentaires et des points de vue de nos intervenants;
- créé un processus de planification stratégique prévoyant la participation des intervenants.

Réalisations liées à l'élaboration d'un cadre pour l'éducation et l'information des consommateurs

À ce chapitre, nous avons :

- préparé et produit plus de 20 brochures, publications et outils électroniques pour offrir aux consommateurs un large éventail de renseignements sur les questions financières, et nous avons distribué plus de 400 000 publications entre 2001 et 2004;
- élaboré un programme efficace de liaison externe en créant des partenariats avec des ministères fédéraux, des organismes provinciaux et des organisations non gouvernementales pour faire en sorte que l'Agence ait une présence à l'échelle nationale;
- mis en place un site Web exhaustif pour fournir aux consommateurs de l'information sur leurs droits et sur les produits et les services financiers dont ils ont besoin;
- élaboré un cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats, assorti d'indicateurs spécifiques visant à évaluer les programmes de l'ACFC.

Réalisations liées à la responsabilité de s'assurer que les droits des consommateurs sont protégés par le programme de conformité et de surveillance de l'Agence

À ce chapitre, nous avons :

- organisé des réunions à intervalles réguliers et des séances d'échange d'information

avec d'autres organismes fédéraux, et poursuivi la mise en œuvre de projets spéciaux avec eux;

- dressé un cadre de conformité et élaboré des procédures de conformité pour s'assurer que les institutions financières sous réglementation fédérale corrigent les problèmes de conformité liés aux dispositions visant les consommateurs;
- invité le secteur des services financiers à fournir des suggestions et des commentaires au sujet du cadre de conformité;
- publié les résultats de nos activités de conformité dans chacun des rapports annuels de l'ACFC au Parlement et affiché les décisions du commissaire dans le site Web de l'ACFC;
- mis en place un système interne de surveillance des cas de conformité pour faire en sorte que tous les dossiers soient fermés dans un délai de deux ans.

Influence de l'ACFC sur le secteur financier du Canada

Depuis sa création, l'ACFC exerce une influence importante sur le secteur financier du Canada et sur les consommateurs qui utilisent ses produits et ses services. Le **schéma 2** fait état de l'influence croissante que l'Agence exerce et de la portée de cette influence sur les pratiques du milieu, en particulier le comportement des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF).

Schéma 2 : Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
Surveillance du secteur des services financiers par le gouvernement fédéral du point de vue des consommateurs	Les responsabilités en matière de surveillance (autrefois réparties entre divers organismes) ont été regroupées à l'ACFC qui en fait directement rapport au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances. En conséquence, la fonction de surveillance a été considérablement renforcée.
Suivi de la réglementation et de l'autoréglementation du point de vue des consommateurs	L'ACFC a dressé un cadre de conformité pour suivre de près la façon dont les IFF s'acquittent de leurs obligations et respectent leurs engagements envers les consommateurs.
Suivi des mesures prises par les IFF dans l'optique des questions de conformité	Le suivi des mesures de conformité est désormais systématique et uniforme. L'ACFC travaille avec les IFF pour s'assurer que les consommateurs sont informés lorsque des problèmes de conformité surgissent et pour veiller à ce qu'ils soient au courant de leur droit de recourir aux procédures de traitement des plaintes de leur institution.
Mesure de la conformité des IFF aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics	L'ACFC a instauré des outils de mesure, notamment une évaluation mystère et des examens annuels dont l'objectif est de s'assurer que les IFF respectent les dispositions visant les consommateurs, les codes de conduite et les engagements publics. L'ACFC travaille avec les institutions financières pour régler les problèmes et les préoccupations qui surgissent.

Schéma 2 : Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC (suite)

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
Examen des pratiques de divulgation des IFF du point de vue des consommateurs	L'ACFC a effectué deux examens systématiques des pratiques de divulgation et des documents du secteur. Plusieurs institutions travaillent actuellement à l'amélioration de la qualité de l'information qu'elles divulguent aux consommateurs.
Examen des préavis de fermeture de succursales des IFF	Autrefois, les institutions n'étaient pas tenues de déposer des préavis de fermeture de succursales aux fins d'un examen officiel. Jusqu'à maintenant, l'ACFC a examiné des centaines de préavis de fermeture de succursales pour s'assurer que les banques avaient tenu comme il se doit des consultations auprès des collectivités qu'elles servaient. L'ACFC a également participé à plusieurs réunions portant sur la fermeture de succursales, tenues à la demande du commissaire, et a ajouté une base de données sur les fermetures de succursales à son site Web pour aider les consommateurs à se tenir au courant des changements.
Accès aux documents d'information rédigés en langage simple au sujet des obligations des IFF envers les consommateurs, ainsi qu'à des renseignements objectifs afin d'aider les consommateurs à comparer et à mieux comprendre certains produits et services financiers	L'ACFC a décelé des lacunes en matière d'information au sein du secteur, et elle les a comblées en préparant et en offrant aux consommateurs des publications rédigées en langage simple au sujet des produits et des services financiers, et au sujet des droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les IFF.
Accès à un organisme fédéral par les consommateurs souhaitant signaler un problème à propos d'une institution financière ou demander de l'information	Avant la création de l'ACFC, il n'existait pas de point d'accès unique auquel les consommateurs pouvaient s'adresser lorsqu'ils voulaient signaler un problème concernant une IFF ou demander de l'information au sujet d'un service ou d'un produit financier. Les consommateurs peuvent désormais téléphoner sans frais au Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC pour signaler un problème concernant leur institution financière ou obtenir de l'information sur des produits et des services financiers. Les consommateurs peuvent aussi communiquer avec l'ACFC par courriel, par la poste ou en personne.
Données comparatives sur les caractéristiques et les prix des produits et des services financiers	L'ACFC fournit aux consommateurs des données comparatives utiles et des renseignements faciles à comprendre au sujet de nombreux produits et services financiers, ce qui permet aux consommateurs de tirer profit d'un marché concurrentiel.

Schéma 2 : Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC (suite)

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
Questions et réponses sur les produits et services financiers	L'ACFC a mis au point, sous forme de questions et réponses, l'une des bases de données les plus complètes au Canada concernant les produits et les services financiers. L'ACFC alimente sa base de données de questions et réponses en analysant l'information obtenue dans le cadre de ses communications avec les consommateurs. L'ACFC suit de près et définit régulièrement les questions qui préoccupent les Canadiens.
Rapports au Parlement sur les questions de conformité et de consommation	Auparavant, la reddition de comptes au Parlement sur les questions liées à la consommation des produits et services financiers était fragmentée. Grâce à son rapport annuel, l'ACFC donne au Parlement un aperçu global des cas de conformité ainsi que des principales questions et préoccupations soulevées par les consommateurs.

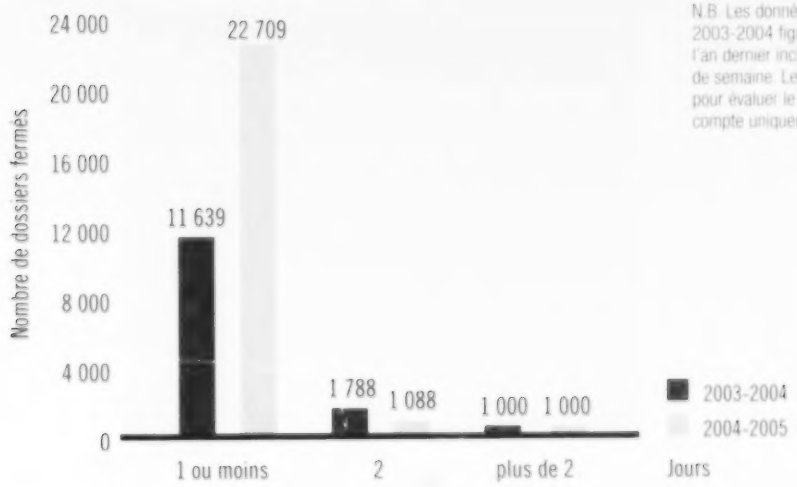
Rendement en matière de services aux consommateurs

L'ACFC assure le suivi statistique de son rendement en matière de services dans trois grands domaines : le Centre de communications avec les consommateurs, l'Unité de la correspondance et la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie.

Centre de communications avec les consommateurs

En 2004-2005, le Centre de communications avec les consommateurs a reçu 26 145 appels, soit une hausse de 69 p. 100 par rapport à l'année précédente et plus du double du nombre enregistré en 2002-2003, notre première année d'activités. Le temps d'attente moyen pour la grande majorité des demandeurs était inférieur à 12 secondes. Pour d'autres statistiques à ce sujet, voir la **figure 6**.

Figure 6 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs

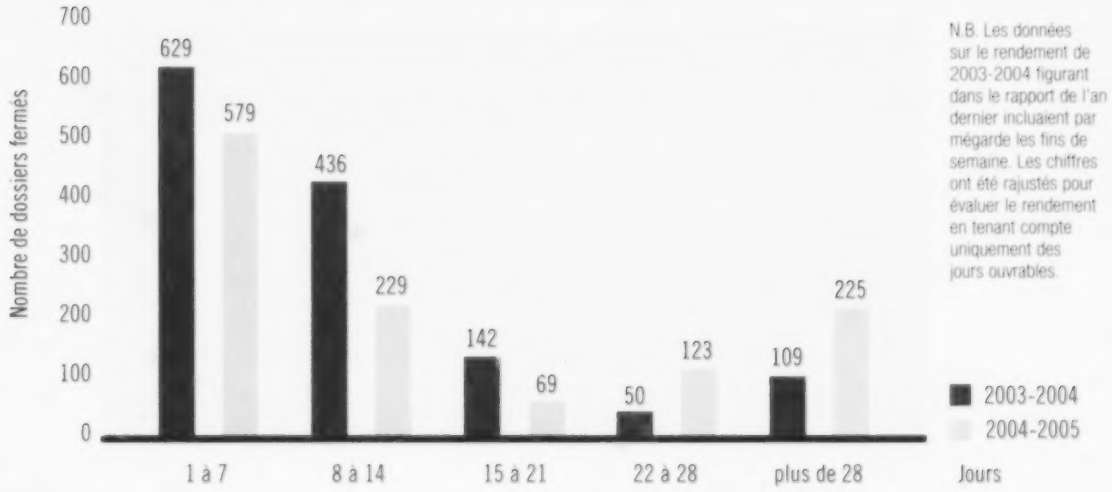


N.B. Les données sur le rendement de 2003-2004 figurant dans le rapport de l'an dernier incluaient par mégarde les fins de semaine. Les chiffres ont été rajustés pour évaluer le rendement en tenant compte uniquement des jours ouvrables.

Unité de la correspondance

L'Unité de la correspondance est chargée de répondre aux courriels et aux lettres que les consommateurs adressent à l'ACFC. En 2004-2005, nous avons répondu à 65,9 p. 100 de l'ensemble des communications reçues dans les 14 jours ouvrables suivant leur réception.

Figure 7 : Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité

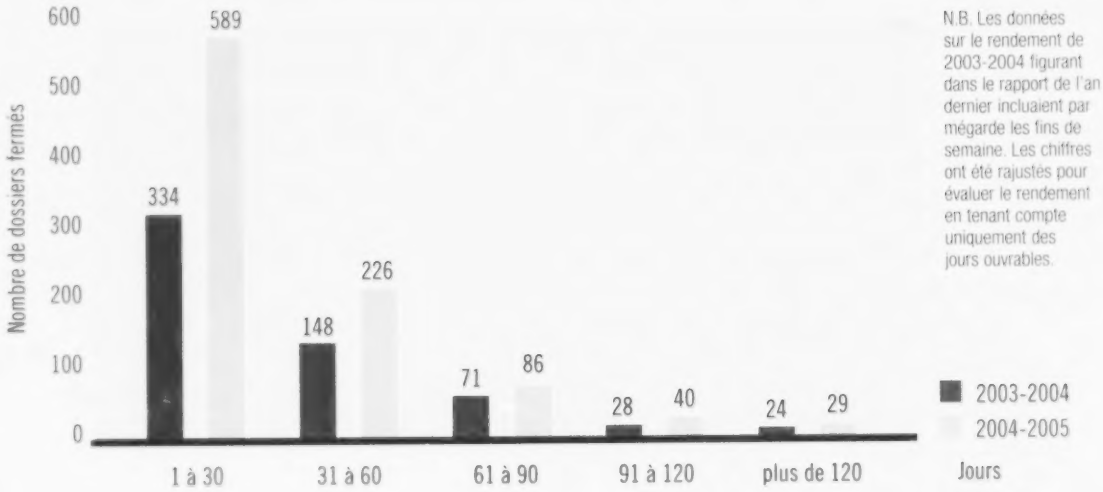


N.B. Les données sur le rendement de 2003-2004 figurant dans le rapport de l'an dernier incluaient par mégarde les fins de semaine. Les chiffres ont été rajustés pour évaluer le rendement en tenant compte uniquement des jours ouvrables.

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie traite les dossiers liés à la conformité le plus efficacement et rapidement possible. Comme le montre la **figure 8**, 60 p. 100 des dossiers ont été fermés 30 jours après avoir été ouverts. Un peu plus de 84 p. 100 des dossiers ont été fermés en 60 jours.

Figure 8 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité



N.B. Les données sur le rendement de 2003-2004 figurant dans le rapport de l'an dernier incluaient par mégarde les fins de semaine. Les chiffres ont été rajustés pour évaluer le rendement en tenant compte uniquement des jours ouvrables.

Évaluation par les consommateurs des principaux jeux-questionnaires et publications de l'ACFC

- *Les cartes de crédit : à vous de choisir*
  Au début de 2005, nous avons invité les consommateurs à nous dire ce qu'ils pensaient de l'une de nos quatre grandes publications, *Les carte de crédit : à vous de choisir*. Même s'il ne s'agissait pas d'un sondage mené à grande échelle, nous avons pu constater que plus de 90 p. 100 des consommateurs qui connaissaient la publication la considéraient comme étant « de bonne à excellente ».

- *Guide du coût des services bancaires*
  Nous avons également demandé aux consommateurs de nous donner leur avis sur le *Guide du coût des services bancaires*, une autre publication de l'ACFC. L'échantillon retenu aux fins du sondage était de petite taille, mais il a été à l'origine de commentaires utiles. Environ 80 p. 100 des répondants pensaient que ce guide et sa version en ligne étaient « de bons à excellents ».

Figure 9 : Impression générale des consommateurs au sujet de la publication
Les cartes de crédit : à vous de choisir

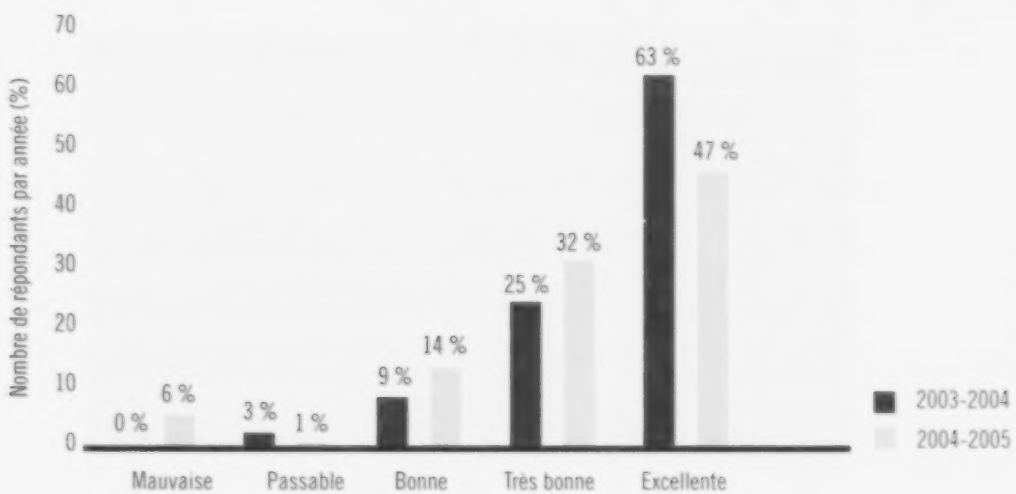
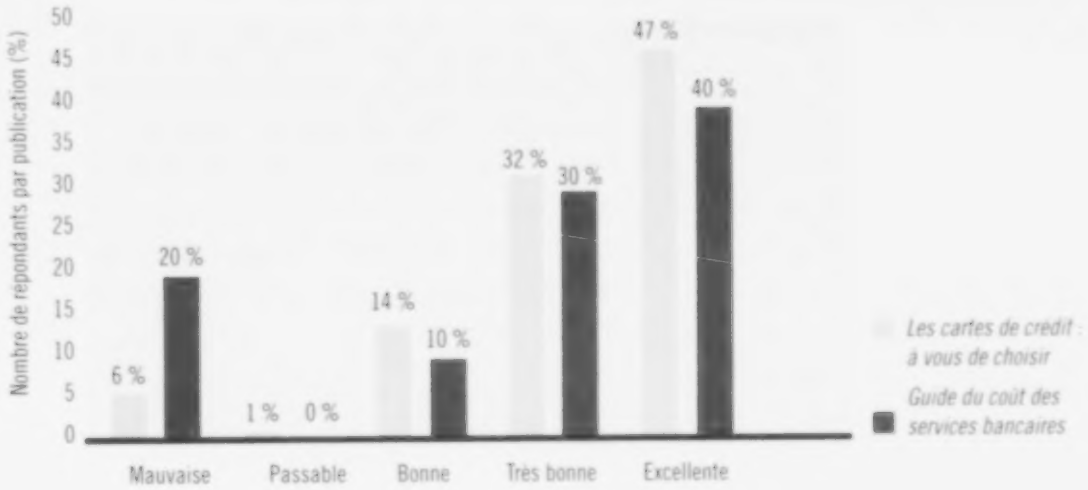


Figure 10 : Impression générale des consommateurs au sujet des publications Les cartes de crédit : à vous de choisir *et le* Guide du coût des services bancaires, 2004-2005



03

ÉTATS **FINANCIERS**

Points saillants

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est une institution fédérale financée par les cotisations versées par les institutions financières sous réglementation fédérale. Les cotisations des banques couvrent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC, car la plupart des dispositions visant les consommateurs au respect desquelles veille l'ACFC s'appliquent à ces institutions et à leurs produits financiers.

Le présent rapport annuel fait état de la troisième année d'activités complète de l'ACFC. Le budget pour 2004-2005 avait été initialement établi à 7,75 millions de dollars; à la fin de l'exercice, les déboursés totaux se chiffraient à 7,25 millions de dollars. L'excédent approximatif de 500 000 $ se composait d'un fonds pour éventualités de 200 000 $ intégré au budget annuel, qu'il n'a pas été nécessaire d'utiliser. Des excédents ont été enregistrés notamment pour les postes de dépenses liés aux déplacements, aux ressources humaines et aux coûts administratifs généraux (traduction, intérêts, etc.).

Après trois années complètes d'activités aux termes d'un mandat attribué par le Parlement, les programmes d'aide de l'Agence sont en place, et ils s'adaptent aux exigences auxquelles l'ACFC est appelée à satisfaire. Au sein de la population canadienne en général, l'étendue de l'information concernant l'Agence et ses activités demeure limitée. Au lieu de financer une vaste campagne de sensibilisation du public, laquelle pourrait n'apporter que des résultats à court terme, l'Agence a décidé de cibler ses efforts de liaison externe en établissant des relations qui présentent des avantages mutuels à plus long terme. Les partenariats établis dans cette optique constituent une assise solide pour accroître le potentiel de rayonnement de l'ACFC et joindre les groupes cibles. Nous avons mis au point un cadre de mesure du rendement et, selon le projet, nous conclurons des protocoles d'entente avec nos partenaires pour assurer la prestation de certains éléments de notre programme. Nous serons ainsi mieux placés pour déterminer la mesure dans laquelle les partenariats nous aident à remplir notre mandat. Vu la forte demande que les services de l'ACFC suscitent, en 2003-2004, la charge de travail est demeurée plus lourde que prévu dans les deux principaux domaines d'activité de l'Agence : la conformité, et l'éducation des consommateurs et les affaires publiques. Nous avons fait face à la situation en budgétisant trois postes additionnels pour l'exercice 2004-2005, portant ainsi le nombre de postes à temps plein à 38.

Au chapitre des engagements financiers clés, cette année nous avons renouvelé nos ententes avec des organismes de l'extérieur pour la prestation de plusieurs services organisationnels. Nous avons conclu des accords de services communs avec le Bureau du surintendant des institutions financières (pour la gestion des ressources humaines et financières, les services de vérification interne et les services de recherche), la Société d'assurance-dépôts du Canada (pour un centre d'appels conjoint) et Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (pour de l'aide en matière de technologie de l'information).

En ce qui touche la gestion des fonds, en 2004-2005, l'Agence a amorcé des travaux pour instaurer un programme de vérification interne, dans le prolongement de la vérification interne de nos états financiers effectuée par la vérificatrice générale du Canada. Un comité de vérification a été mis sur pied et doté d'une charte spéciale, et un plan de vérification interne ciblé a été approuvé. La première tâche entreprise a consisté en la vérification des dépenses de l'Agence en matière de déplacement et d'accueil. Lorsque le rapport sera achevé dans les deux langues officielles, les résultats de la vérification seront affichés dans le site Web de l'ACFC.

La direction de l'Agence est déterminée à offrir un programme efficace qui répond aux attentes du Parlement et des consommateurs canadiens. En outre, elle appuie sans réserve les principes de la fonction moderne de contrôleur et s'efforce de les mettre à exécution.

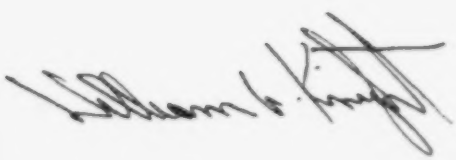
Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la compatibilité avec toutes les autres données contenues dans le présent rapport annuel.

Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisme, et que les opérations sont menées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

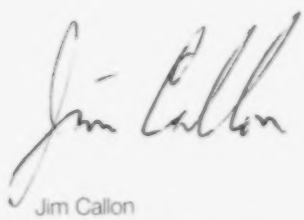
La vérificatrice générale du Canada, qui effectue des vérifications impartiales pour le compte du gouvernement du Canada, a vérifié les opérations et les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight

Le commissaire adjoint de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



Jim Callon

Ottawa, Canada
Le 27 mai 2005

Auditor General of Canada
Vérificatrice générale du Canada

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre des Finances

J'ai vérifié l'état de la situation financière de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2005 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2005 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada

John Rossetti

John Rossetti, CA
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 27 mai 2005

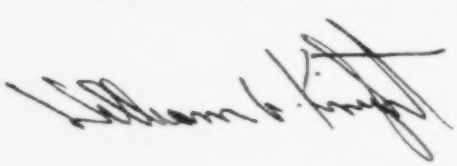
ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 mars

	2005	2004
Actifs		
À court terme		
Liquidités disponibles	3 247 346 $	2 002 702 $
Cotisations à recevoir	42 166	130 569
Autres actifs à court terme	606	1 741
Autres éléments d'actifs	83 238	92 713
Immobilisations (note 6)	440 832	576 235
Total des actifs	**3 814 188 $**	**2 803 960 $**
Passifs		
À court terme		
Créditeurs et charges à payer (notes 7,8)	1 563 711 $	577 785 $
Produit reporté	600 582	624 110
Emprunt (note 7)	1 500 000	1 500 000
Indemnités de départ (note 5)	149 895	102 065
Total des passifs	**3 814 188**	**2 803 960**
Avoir du Canada	—	—
Total des passifs et de l'avoir du Canada	**3 814 188 $**	**2 803 960 $**

Engagements (note 9)

Approuvé par :
Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA

Pour l'exercice terminé le 31 mars

	2005	2004
Produits		
Cotisations	7 157 400 $	6 176 587 $
Autres produits	10 923	985
Total des produits	**7 168 323**	**6 177 572**
Charges		
Salaires et avantages sociaux (notes 4, 5)	3 731 373	3 343 679
Services professionnels (note 8)	1 562 410	1 090 732
Locaux (notes 8, 9)	672 184	652 047
Gestion et technologie de l'information (note 8)	559 871	424 478
Déplacements	109 564	115 960
Intérêt (note 8)	97 103	126 017
Autres	435 818	460 659
Total des charges	**7 168 323**	**6 213 572**
Résultats d'exploitation avant les sanctions administratives pécuniaires et le financement public	**—**	**(36 000)**
Sanctions administratives pécuniaires (note 10)	80 000	17 000
Crédit parlementaire — Fonction moderne de contrôleur (note 11)	—	36 000
Résultats d'exploitation nets	**80 000 $**	**17 000 $**
Avoir du Canada au début de l'exercice	—	—
Sanctions administratives pécuniaires réalisées pour le compte du gouvernement	(80 000)	(17 000)
Avoir du Canada à la fin de l'exercice	**— $**	**— $**

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Pour l'exercice terminé le 31 mars

	2005	2004
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation		
Encaissements provenant des institutions financières	7 432 983 $	6 286 795 $
Décaissements destinés aux fournisseurs et aux employés	(5 937 410)	(6 274 442)
Intérêts payés	(121 129)	(127 298)
Sanctions administratives pécuniaires non disponibles versées au Trésor (note 10)	(80 000)	(17 000)
Liquidités nettes générées par les (affectées aux) activités d'exploitation	**1 294 444**	**(131 945)**
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations (note 6)	(49 800)	(65 393)
Liquidités nettes affectées aux activités d'investissement	**(49 800)**	**(65 393)**
Flux de trésorerie liés aux activités de financement		
Nouveaux emprunts	6 000 000	6 000 000
Remboursements	(6 000 000)	(5 850 000)
Liquidités nettes générées par les activités de financement	**—**	**150 000**
Liquidités disponibles		
Augmentation (diminution) nette des liquidités disponibles	**1 244 644**	**(47 338)**
Liquidités disponibles au début de l'exercice	**2 002 702**	**2 050 040**
Liquidités disponibles à la fin de l'exercice	**3 247 346 $**	**2 002 702 $**

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2005

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* (la *Loi*) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. Elle est un organisme du gouvernement du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe I.1 de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* et consiste en ce qui suit :

a) **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

b) **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

c) **surveiller** la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;

d) **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;

e) **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la *Loi* prévoit que le secteur finance les coûts de fonctionnement de l'Agence au moyen de cotisations. Les activités de l'ACFC sont en règle générale entièrement financées de cette façon.

Les produits que l'ACFC tire des cotisations sont exigés conformément au *Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)*, qui énonce la méthode servant à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la *Loi*.

2. Résumé des principales conventions comptables

a) Présentation

Les présents états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. L'Agence est tributaire des cotisations des institutions financières pour financer ses coûts de fonctionnement, y compris le coût des avantages sociaux futurs.

b) Comptabilisation des produits

L'ACFC rapproche ses produits de ses frais d'exploitation. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre de produit reporté sur l'état de la situation financière.

Les cotisations sont facturées chaque année d'après une estimation des coûts de fonctionnement de l'exercice en cours tout en tenant compte des coûts évalués pour l'exercice précédent par rapport aux coûts réels engagés. Cette évaluation se déroule avant le 31 décembre de chaque année, conformément au paragraphe 18(1) de la *Loi*. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des coûts ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts de fonctionnement.

c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC participent au régime de retraite de la fonction publique (le Régime) géré par le gouvernement du Canada. Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. Le montant de la cotisation de l'Agence est actuellement fondé sur un multiple des cotisations que doivent verser les employés et il peut changer au fil du temps en fonction de l'évolution du Régime. Les cotisations représentent le total des obligations contractées au titre du régime de retraite par l'Agence et elles sont portées aux comptes de l'exercice. En vertu des dispositions législatives en vigueur, l'ACFC n'est pas tenue de verser des cotisations pour combler le déficit actuariel du Régime.

ii) Indemnités de départ

Dans le cadre d'un régime d'indemnités de départ, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines indemnités prévues conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des indemnités et l'ensemble des obligations au titre des indemnités de départ sont régulièrement établis par calcul actuariel. Le coût des indemnités s'accumule au fur et à mesure que les employés fournissent les services ouvrant droit aux indemnités de départ. Le coût des indemnités et l'ensemble des obligations au titre des indemnités de départ ont été établis par calcul actuariel pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2005 et pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2004.

Le coût des indemnités de départ est établi par calcul actuariel à l'aide de la méthode de répartition des indemnités au prorata des services. L'évaluation du passif est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés. Tout montant du gain actuariel (de la perte actuarielle) qui excède 10 % de l'obligation au titre des indemnités est amorti sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

Pour les exercices au cours desquels aucun examen actuariel n'est effectué, la direction prépare une estimation du passif au titre des avantages sociaux futurs, en se fondant sur le dernier rapport actuariel et les renseignements courants concernant les employés.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne possède pas son propre compte bancaire. Toutes les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un mécanisme bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne porte pas d'intérêts.

e) Cotisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites selon les montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode linéaire en fonction de la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

Catégorie d'immobilisations	*Période d'amortissement*
Mobilier et accessoires	7 ans
Améliorations locatives	moindre de la durée de vie utile ou de la durée du bail
Logiciels	5 ans
Matériel de bureau	4 ans
Matériel informatique	3 ans

3. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers exige que la direction établisse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés de l'actif, du passif, des produits et des charges inscrits dans les états financiers. Au moment de la préparation des états financiers, la direction considère que les estimations et les hypothèses sont raisonnables. Les éléments les plus importants pour lesquels on utilise des estimations et des hypothèses sont le coût des indemnités et le passif global au titre des indemnités de départ.

4. Régime de retraite

L'ACFC et tous les employés admissibles cotisent au régime de retraite de la fonction publique. Ce régime prévoit des prestations en fonction du nombre d'années de service et de la rémunération moyenne à la retraite. Les prestations sont pleinement indexées conformément aux augmentations annuelles de l'indice des prix à la consommation. Les cotisations patronales estimatives versées durant l'exercice au régime de retraite de la fonction publique s'élevaient à 348 679 $ (324 052 $ en 2004).

5. Indemnités de départ

Les données relatives au régime d'indemnités de départ de l'ACFC sont présentées dans le tableau qui suit.

	2005	2004
Obligation au titre des prestations constituées, début de l'exercice	176 217 $	114 430 $
Coût des services rendus	31 543	19 876
Intérêts débiteurs	11 615	6 353
Indemnités versées	—	(41 456)
Perte actuarielle	55 070	77 014
Obligation au titre des prestations constituées, fin de l'exercice[1]	274 445	176 217
Perte actuarielle nette non amortie	(124 550)	(74 152)
Obligation au titre des prestations constituées	**149 895 $**	**102 065 $**
Coût des services rendus	31 543	19 876
Intérêts débiteurs	11 615	6 353
Amortissement de la perte actuarielle nette[2]	4 672	—
Rajustement[3]	—	(48 401)
Charges au titre des indemnités	**47 830 $**	**(22 172) $**

1 L'obligation au titre des prestations constituées n'est pas capitalisée, car les fonds sont dégagés lorsque les indemnités sont versées. Par conséquent, il n'y a pas d'actif de régime.

2 La période d'amortissement représente la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

3 Le passif au titre des prestations constituées a été évalué le 31 mars 2003; par conséquent, un rajustement a dû être apporté aux dépenses de 2004 pour tenir compte du passif au titre des prestations constituées établi par calcul actuariel le 31 mars 2004.

Un taux d'actualisation de 5,13 % (6,05 % en 2004) a été utilisé pour établir l'obligation de l'Agence au titre des prestations constituées. Aux fins de l'évaluation du coût des services rendus et de l'obligation au titre des prestations constituées au 31 mars 2005, la meilleure estimation de la direction à l'égard de l'augmentation générale des salaires est une augmentation économique annuelle de 2,5 % pour l'année du régime 2006 (2,5 % en 2004 pour les années du régime 2005 et 2006). Par la suite, on prévoit une augmentation économique annuelle de 2,9 % (3 % en 2004). La durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs couverts par le régime de retraite est de 12 ans (11 ans en 2004).

6. Immobilisations

	Valeurs brutes comptables			Amortissement cumulé			Valeurs nettes comptables	
Catégorie	Solde d'ouverture	Ajouts	Solde de fermeture	Solde d'ouverture	Charge d'amortissement	Solde de fermeture	2005	2004
Mobilier et accessoires	433 434 $	38 699 $	472 133 $	130 699 $	63 842 $	194 541 $	277 592 $	302 735 $
Améliorations locatives	382 843	—	382 843	203 280	89 781	293 061	89 782	179 563
Logiciels	79 974	11 101	91 075	21 459	16 180	37 639	53 436	58 515
Matériel de bureau	51 662	—	51 662	20 555	12 915	33 470	18 192	31 107
Matériel informatique	10 643	—	10 643	6 328	2 485	8 813	1 830	4 315
Total	**958 556 $**	**49 800 $**	**1 008 356 $**	**382 321 $**	**185 203 $**	**567 524 $**	**440 832 $**	**576 235 $**

7. Emprunt

L'ACFC finance ses activités courantes au moyen d'avances de fonds provenant du Trésor. Au 31 mars 2005, les conditions de l'accord de prêt étaient les suivantes avec comparatif de l'exercice précédent :

	2005	2004
Principal	1 500 000 $	1 500 000 $
Date d'échéance	4 mars 2006	23 février 2005
Taux d'intérêt	2,89 %	2,25 %

L'intérêt est exigible à la date d'échéance et il est comptabilisé au titre des créditeurs et charges à payer.

8. Opérations entre apparentées

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des prestations de services avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir son mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les entités suivantes :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre apparentées de l'Agence pour l'exercice sur les charges totales et les montants dus à (à recevoir de) ces apparentées, à la fin de l'exercice. Ces opérations sont mesurées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les apparentées.

	2005		2004	
Apparentées et nature du service fourni	**Charges**	**Somme à payer/ (à recevoir)**	**Charges**	**Somme à payer/ (à recevoir)**
TPSGC				
Locaux	467 846 $	— $	467 388 $	— $
Gestion et technologie de l'information	410 587	403 412	350 562	(60 438)
Services de traduction	145 976	22 449	123 245	5 279
Autres services	27 202	27 202	—	—
	1 051 611	453 063	941 195	(55 159)
Conseil du Trésor				
Avantages sociaux	680 841	38 529	628 079	62 117
SADC — Services professionnels				
Gestion du Centre d'appels	395 847	155 589	259 369	70 726
BSIF — Services professionnels				
Services financiers	110 000	(286)	110 008	—
Services en ressources humaines	95 819	1 181	92 525	—
Services de vérification interne	47 000	47 000	—	—
Services de recherche	17 938	—	7 024	—
	270 757	47 895	209 557	—
Ministère des Finances				
Intérêt sur emprunts imputés sur le Trésor	97 103	3 253	125 947	3 462
Total	**2 496 159 $**	**698 329 $**	**2 164 147 $**	**81 146 $**

9. Engagements

Le tableau qui suit fait état des engagements contractuels découlant des conventions de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux.

Exercice se terminant le 31 mars	Conventions de services	Location-exploitation	Total
2006	724 872 $	291 347 $	1 016 219 $
2007	743 201	—	743 201
2008	385 702	—	385 702
2009	397 607	—	397 607
2010	410 107	—	410 107
Total	**2 661 489 $**	**291 347 $**	**2 952 836 $**

10. Sanctions administratives pécuniaires

Le commissaire de l'ACFC peut dresser des procès-verbaux de violation et imposer des sanctions administratives lorsqu'il est d'avis qu'il y a eu violation des dispositions visant les consommateurs ou non-respect d'une entente de conformité conclue en vertu d'une loi énumérée à l'annexe 1 de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*. La sanction peut représenter jusqu'à 50 000 $ pour un particulier et 100 000 $ pour une institution.

Les sanctions imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas mis à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, les sanctions n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose au secteur pour financer ses coûts de fonctionnement.

L'ACFC a perçu 80 000 $ (17 000 $ en 2004) de sanctions administratives pécuniaires au cours de l'exercice 2004-2005.

11. Crédit parlementaire

L'ACFC n'a pas reçu de crédit parlementaire au cours de l'exercice 2004-2005. Pendant l'exercice 2003-2004, l'ACFC a reçu un crédit ponctuel de 36 000 $ pour financer des activités liées à l'initiative de la fonction moderne de contrôleur du gouvernement.

12. Données comparatives

Certaines données comparatives de 2004 ont été reclassées conformément à la présentation adoptée en 2005.

Liste des figures, des tableaux et des schémas

N°	Titre	Page

FIGURES

1	Distribution des publications de l'ACFC	13
2	Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement	14
3	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2004-2005	26
4	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2004-2005	26
5	Nombre de communications destinées à l'ACFC, selon l'origine, 2004-2005	27
6	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs	51
7	Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité	52
8	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité	53
9	Impression générale des consommateurs au sujet de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*	54
10	Impression générale des consommateurs au sujet des publications *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et le *Guide du coût des services bancaires*, 2004-2005	55

TABLEAUX

1	Utilisation du site Web de l'ACFC	14
2	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique, 2004-2005	25
3	Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2004-2005	28
4	Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie	31
5	Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents	32
6	Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2004-2005	36
7	Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005	37
8	Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de disposition, 2004-2005	40
9	Questions relatives aux fermetures de succursales	41

SCHÉMAS

1	Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC au 31 mars 2005	43
2	Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC	49

04 ANNEXES

Annexe A

GLOSSAIRE

Cadre de conformité

Cadre présentant la façon dont l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions visant les consommateurs prescrites par la loi et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

Code de conduite

Code adopté par une institution financière ou une association du secteur et rendu public (par exemple dans son site Web), conçu pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs codes de conduite volontaires.

Constat de conformité

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes à la loi, au code de conduite volontaire de l'institution ou à l'engagement public qui dicte de telles mesures.

Constat de non-conformité

À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que les mesures prises par une institution financière donnée ne sont pas conformes à la loi, ou aux conditions du code de conduite volontaire qui lui est applicable ou d'un engagement public qu'elle a pris.

Constat de non-violation

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes aux obligations liées aux dispositions visant les consommateurs.

Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité

Déclaration que chaque institution financière dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus est tenue de publier chaque année en vertu de la loi et dont elle doit remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration fait état de la contribution de l'institution à l'économie et à la société canadiennes.

Disposition visant les consommateurs

Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*. Lorsqu'elle est prescrite par règlement, une infraction à une telle disposition constitue une violation.

Document déposé

Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la législation (*Loi sur les banques*, *Loi sur les associations coopératives de crédit*, *Loi sur les sociétés d'assurances* ou *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*).

Dossier

Dossier ouvert par la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC relativement à une question de conformité comme l'infraction présumée à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

Dossier en suspens

Cas de conformité faisant toujours l'objet d'une enquête par l'ACFC au 31 mars de l'année visée par le rapport.

Dossier fermé

Cas de conformité dont le dossier a été fermé entre le 1er avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

Dossier ouvert

Cas pour lequel un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC entre le 1er avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

Engagement public

Engagement public adopté par une institution financière (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs engagements publics.

Entente de conformité

Entente conclue entre le commissaire et la haute direction d'une institution financière, qui précise les mesures correctives à prendre pour renforcer la conformité aux dispositions visant les consommateurs et fixe un délai pour la mise en œuvre des mesures.

Examen

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme aux dispositions visant les consommateurs, ainsi qu'à son code de conduite ou à son engagement public. L'ACFC communique les résultats de ce genre d'examen au ministre des Finances.

Lettre de réprimande

Mesure administrative prévue dans le cadre de conformité de l'ACFC. Le commissaire peut adresser une lettre de réprimande à l'institution financière qui a commis une violation se rapportant à un problème non systémique, mais qui n'est pas suffisamment grave pour justifier un procès-verbal de violation et une sanction pécuniaire. Dans la lettre qu'il adresse à l'institution financière en cause, le commissaire fait état de la violation et, s'il y a lieu, confirme que l'institution a pris les bonnes mesures correctives. La violation s'inscrit dans les antécédents de l'institution en matière de conformité.

Mesures de conformité

Série de mesures que le commissaire peut mettre en œuvre lorsqu'il est établi qu'une institution a violé une disposition visant les consommateurs. Les mesures de conformité sont déterminées en fonction de chaque cas. Elles peuvent aller d'une lettre de réprimande à des poursuites, amorcées au moyen d'un procès-verbal de violation, et s'accompagner d'une sanction administrative pécuniaire.

Plainte
Mécontentement exprimé verbalement ou par écrit par un consommateur relativement à un domaine d'activité d'une institution financière.

Plainte à signaler
Plainte relative à une disposition visant les consommateurs, portée à l'échelon « à signaler » du processus de traitement des plaintes d'une institution financière. Le cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informent l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le cadre) liée à une disposition visant les consommateurs.

Procédure de traitement des plaintes
Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services d'une institution financière au Canada. Les institutions financières doivent remettre une copie de leurs procédures de traitement des plaintes à l'ACFC.

Procès-verbal de violation
Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer une institution financière qu'il y a des motifs raisonnables de croire qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*, le procès-verbal doit mentionner le nom de l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant proposé de la sanction administrative pécuniaire imposée par l'ACFC. Après avoir dressé un procès-verbal de violation et reçu les observations de l'institution en cause, le commissaire détermine, selon la prépondérance des probabilités, la mesure dans laquelle l'institution financière a commis la violation et, le cas échéant, dresse un avis de décision. L'avis de décision décrit la sanction administrative pécuniaire imposée. Le commissaire peut aussi rendre publique la violation.

Retrait
Retrait d'un cas parce que le consommateur ayant déposé la plainte l'a retirée ou n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour recueillir les faits nécessaires à la poursuite de l'enquête.

Sanction administrative pécuniaire
Sanction pécuniaire que le commissaire peut imposer après avoir établi qu'une violation a été commise. Le montant de la sanction peut atteindre 50 000 $ pour un particulier et 100 000 $ pour une institution. Le montant est déterminé en fonction de trois critères : la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur; la gravité du tort causé; et les antécédents de l'auteur.

Vente liée avec coercition
Pratique soumettant un particulier à des mesures coercitives ou à des pressions injustifiées pour l'obliger à acquérir un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée afin d'obtenir un autre produit ou service de cette même source.

Violation
Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du *Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)*.

Annexe B

DISPOSITIONS ET RÈGLEMENTS VISANT LES CONSOMMATEURS

La *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- *Loi sur les banques;*
- *Loi sur les sociétés d'assurances;*
- *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;*
- *Loi sur les associations coopératives de crédit.*

Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières sous réglementation fédérale assujetties à chaque disposition.

Type de disposition visant les consommateurs	*Banques*	*Sociétés de fiducie et de prêt*	*Sociétés d'assurances*	*Associations de détail*
Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt	X	X		X
Obligation de divulguer le coût d'emprunt	X	X	X	X
Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur)	X	X	X	X
Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail	X			
Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC	X			
Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur) *N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement.*	X			
Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone, 14 jours après l'ouverture du compte	X	X		X

Type de disposition visant les consommateurs (suite)	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement des chèques du gouvernement	X	X		X
Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement d'un montant maximal de 1 500 $, comme le prescrit la réglementation	X			
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X	X		X
Obligation de chaque institution dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus de déposer une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	X	X	X	
Obligation des institutions de se doter de procédures de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC	X	X	X	X
Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes		X	X	X
Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition	X			
Obligation des institutions de fournir de l'information aux consommateurs, conformément à la réglementation (par exemple la réglementation sur les dépôts indexés et les politiques concernant la retenue sur les chèques)	X	X	X	X
Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation	X	X	X	X
Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs	X	X	X	X

Questions connexes	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics du secteur (par exemple les codes concernant les cartes de débit ou les petites et moyennes entreprises)	X	X	X	X
Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature	X	X	X	X
Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire, au besoin	X	X	X	X
Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport	X	X	X	X
Capacité à conclure des ententes de conformité	X	X	X	X
Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC	X	X	X	X
Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives	X	X	X	X

ÉTAT DES RÈGLEMENTS LIÉS AUX DISPOSITIONS

visant les consommateurs et des règlements connexes au 31 mars 2005

Titre des règlements	État	Nº de référence
Règlement sur l'accès aux services bancaires de base	en vigueur	DORS/2003-184
Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques)	en vigueur	DORS/2002-39
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-370
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques)	en vigueur	DORS/2001-371
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-373

Titre des règlements (suite)	État	N° de référence
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-372
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail)	en vigueur	DORS/2001-374
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-375
Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2002-262
Règlement sur le coût d'emprunt (banques)	en vigueur	DORS/2001-101
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-102
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-103
Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2002-263
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-104
Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/99-278
Règlement sur la communication des frais (banques)	en vigueur	DORS/92-324
Règlement sur la communication des frais (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-297
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/1999-272, modifié par DORS/2001-468
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)	en vigueur	DORS/1992-321, modifié par DORS/2001-469
Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-298
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/1992-322, modifié par DORS/2001-470
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-471
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)	en vigueur	DORS/2001-472
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-299

Titre des règlements (suite)	État	N° de référence
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-473
Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2001-474
Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2002-101
Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indiciels	en vigueur	DORS/2002-102
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)	en vigueur	DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)	en vigueur	DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-106, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés	en vigueur	DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338
Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-133

Annexe C

PRINCIPAUX CODES DE CONDUITE ET ENGAGEMENTS PUBLICS SOUS LA SURVEILLANCE DE L'ACFC

Codes de conduite

Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens (ABC) pour les activités d'assurance autorisées

Ce code présente les normes adoptées par les banques à l'intention des employés des succursales, qui sont chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et accident personnel. Il traite de la formation, des renseignements à fournir, des pratiques de promotion, de la protection de la vie privée des clients et des recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

Codes de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises

Chaque banque élabore et applique son propre code aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les petites et moyennes entreprises (PME) clientes. Tous les codes comprennent les éléments clés du modèle de code de conduite de l'ABC, dans lequel sont énoncées les normes minimales à respecter pour les banques qui traitent avec les PME.

Code de pratique canadien des services de cartes de débit

Ce code décrit les pratiques du secteur et les responsabilités des consommateurs et du secteur. Il a pour objectif de protéger les consommateurs canadiens qui utilisent les services de cartes de débit.

Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien

Ces principes visent à guider les entreprises, les consommateurs et les gouvernements du Canada appelés à élaborer un cadre de protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

Engagements publics

Cartes de crédit

Plusieurs institutions financières se sont officiellement engagées à protéger les consommateurs contre l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces engagements traitent de la responsabilité des consommateurs en ce qui concerne les opérations frauduleuses.

Comptes à frais modiques

En février 2001, huit institutions financières canadiennes se sont engagées à offrir des comptes qui respectent les lignes directrices établies par le gouvernement fédéral, pour faire en sorte que les Canadiens aient accès à des services bancaires abordables.

Documents hypothécaires rédigés en un langage simple

Ces documents reflètent l'engagement des banques à accroître la clarté des documents hypothécaires résidentiels.

Engagement relatif au droit de résilier les dépôts indexés effectués par téléphone

Dans l'intérêt des consommateurs ayant effectué des dépôts indexés par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant leur achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

Engagement relatif aux services non sollicités

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés

Ces lignes directrices constituent un engagement de respecter les modalités fixées concernant le temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.

N.B. Pour une définition des termes « code de conduite » et « engagement public », voir l'annexe A (Glossaire).